PHILIPPE TRÉTIACK, HÉLÈNE SIRVEN

LA LIMITA VULGARITĂȚII

mic tratat de mare pudoare

bonton

Philippe Trétiack
Hélène Sirven

La limita vulgarității. Mic tratat de mare pudoare

(V.F)

Philippe Trétiack, Hélène Sirven
LIMITE VULGAIRE
© Éditions Stock,
2007

© Nemira,
2010
Coperta colecţiei:
Dana MOROIU
Corneliu ALEXANDRESCU

Redactor: Oana IONAŞCU
Tehnoredactor: Alexandru CSUKOR
Traducere din limba franceză
ALIN MIHĂILESCU

versiune finală

Hélène Sirven este conferențiar universitar la Universitatea Paris-I şi specialistă în exotismul contemporan.

Philippe Trétiack este arhitect, scriitor şi reporter al revistei *Elle*. A semnat numeroase studii, eseuri şi monografii cu subiecte dintre cele mai variate, printre care: *Traité de l'agitation ordinaire* (1998), *L'Amérique de Warhol* (1997), *Cartier* (1998), *Faut-il pendre les architectes*? (2001), *Grave mode* (2003), *Oui, vous pouvez devenir journaliste en 45 minutes chrono* (2007), *Oui, vous pouvez devenir chinois en 45 minutes chrono* (2007, împreună cu Pierre Antilogus) sau *Megalomania* (2008).

O carte despre vulgaritate?
O-ho! Ai avea o grămadă de zis!

Anonim. Unanim

Preliminarii - Valul seismic al vulgarităţii

Introducere
Vulgaritatea de sus în jos şi viceversa

Partea întâi
Aerul vulgarităţii

1.Pipiţizarea mondială

Cât de mult să ne mai umilim ca să ajungem în topuri?

Iată vulgaritatea în stradă! Aleargă pe cai mari, iar frâiele se află în mâinile sale. Se răspândeşte peste lume un stil vestimentar rezervat până mai ieri Coastei de Azur, apanajul femeilor leneşe, coapte şi răscoapte la un soare feroce. Coasta-de-azurizarea planetară este în toi. Pământul se *pipiţizează*. Suntem atacaţi de pipiţele Barbie. Un student la Drept în Paris, Simon F. de douăzeci şi unu de ani, e de părere că majoritatea suratelor lui sunt nişte fufe. „Nişte fete cu poşetuţă Dior, blugi băgaţi în cizme şi care mestecă gumă." Iată realitatea: această explozie telescopică a blugilor şi a bijuteriei din aur, a prespălaţilor şi a părului blond, a sclipiciului, a strasului, a pielii bronzate pe fond de azur, pe scurt, a stilului de la Cannes, rezervat odinioară femeilor ceva mai coapte la minte, e de acum încolo şi apanajul adolescentelor şi al mamelor lor şi al mătuşilor lor... Nu s-a întâmplat la Rocher ca frumoasa

şi glaciala Grace Kelly[1] s-o nască dintr-o pornire mediatică pe Stéphanie de Monaco, cea care a răscolit ca un uragan box-office-ul?

„Păzea! Sosesc pipițele!”[2] titra ziarul *Libération*. Sau după cum spunea Catherine Comte, patroana de la Téva: „E tendința *girly* - un fenomen social care transpare în televiziune.” Rezultatul? Femeile de pe ecran au virat spre isterie, spre afectare şi păruială. Se înmulțesc emisiunile de genul *Ladies Night* de sâmbătă, la ora 23, unde fete alese la casting discută despre cunnilingus sau despre ieşitul la agățat pe Internet. Pe platoul acestei emisiuni toate fetele îşi asezonau propozițiile cu „mânca-ți-aş”: „Mânca-ți-aş, ce gagiu mişto!” Multiplicarea blondinelor de studio, neroade veritabile sau jucate la perfecțiune cum ştia să facă Fréderique Bel în chip de „păpuşa Dorothy”, curvă de ultimă speță în emisiunea *Minute blonde* pe Canal+, este un semnal de alarmă. La fel şi paraşutele marseilleze, gagica de Nisa, arsă de soare, blonda falsă cu rădăcini capilare agresive şi tot naturalul contrafăcut care e pe val.

Odinioară, când vedeai o femeie suprasexuată, îngreunată de strasuri şi de bijuterii aurite, îți ziceai: „Asta-i îmbrăcată de pe Sentier”[3]. La fel se spunea despre aşchenazii care se integrau în societatea franceză pe vremea când abia sosiseră sefarzii, proaspăt îmbogățiți şi

---

1 *Grace Kelly (1929–1982), actriță americană de film, s-a căsătorit cu Rainier al III-lea (1923–2005), prinț de Monaco. Prințesa Stéphanie, n. 1965, este mezina familiei. Le Rocher este litoralul stâncos pe care se află palatul regal (n. tr.).*

2 *Suplimentul écran, sâmbătă, 10 iunie 2006.*

3 *Ça fait Sentier! – în lb. franceză, joc de cuvinte: pe de o parte sentier înseamnă „cale”, „potecă”, pe de alta, Sentier este o zonă din Paris în care se vând haine la prețuri minime şi care a constituit piatra de temelie în afacerea multor imigranți evrei veniți din Africa de Nord (n. red.).*

parveniți încă neasimilați. „Un nou Sentier", sau în versiune reactualizată *La verité si je mens*!1 („Să mor dacă mint!"), exprima teama imigrantului recent, veşnicul alb mititel, înspăimântat la gândul că va fi înghițit de ultimul val de sosiți. Dar azi „poteca" a ajuns cât bulevardul. Este peste tot. Defilează țanțoş. E *Dolce Vita* coborâtă pe alei.

Fenomenul este pe cale să se mondializeze. Chinezii înțoliți şi curva argentiniană sunt din acelaşi aluat. „Văzut de pe Coasta de Est, Los Angeles-ul nu pare o capitală a modei. Pentru newyorkezi, californienii poartă blugi şi hanorac, haină din piele albă cu franjuri şi diamante false, adesea trening din velur, ochelari de soare imenşi, bronz artificial şi, dacă e vorba despre femei, piept de categorie grea înțepenit într-un *push-up* prea ridicat. Toată lumea are un aer de şaisprezece ani, mai puțin fata de şaisprezece ani, care pare de douăzeci şi şapte"2, scrie Patricia Marx. Uniformizarea se produce prin nivelarea în jos atât la propriu, cât şi la figurat. „Grație unui joc subtil pe tocuri înalte, continuă Patricia Marx, în L.A. toate femeile au o talie identică."

Adolescenta de tip californian este, fără îndoială, cea care vorbeşte la telefon mestecând simultan gumă şi cu mâna cealaltă ocupată, ținând o băutură energizantă *low fat*, *diet* şi mereu *oversized*.

Estetica periferiilor, cu rădăcini în cea a penitenciarului, cu pantaloni fără curea, căzuți pe fese, într-o dezordine aproape religioasă, fermoarul promovat la rang de *streetwear*, pantofi fără şireturi, cu valorizarea găurii, fuziune a analului şi a celulei de detenție din „curul lumii", toate astea au dus la răsturnarea uzanțelor. Şicul a

---

1 *Film francez apărut în 1987, sub regia lui Thomas Gilou, care prezintă povestea unui tânăr nevoit să pretindă că este mistic sefard pentru a o cuceri pe fiica şefului (n. tr.).*

2 *„To shop and drive in LA", articol apărut în New Yorker, 20 martie 2006, p. 76.*

fost impregnat de şoc. Eleganța şi-a trăit propria metamorfoză sub ochii noştri. Moda a coborât de pe podium şi s-a împânzit în versiunea cu talie joasă. Cuvântul „joasă” ajunge ca să ne dăm seama de efectul pervers al unei mode menite să tragă în jos codurile în vigoare până mai ieri. Dintr-odată s-a produs o etalare de burți goale, de pântece îndopate, de chiloți tanga expuşi, de scărpinat între fesele expuse şi impuse, de tatuaje.

DAR PRINTRE CÂTE BUTOAIE, CÂTE DAMIGENE, CÂȚI ŞUNCOŞI DE AMBELE SEXE ÎNTÂLNEŞTI ŞI O SILUETĂ DE VIS? DE ALTFEL, NU CUMVA CULMEA VULGARITĂȚII ESTE O „ŞUNCĂ ÎN MINIJUPĂ”? SE ÎNTREBA OLIVIER SAYARD, DIRECTOR AL MUZEULUI MODEI. „NEÎNȚELEGEREA CODURILOR ÎN VIGOARE DUCE LA CATASTROFĂ, LA INVERSUL EFECTULUI CĂUTAT. LA GREAȚĂ, NU LA SEDUCȚIE.” ASTA-I SITUAȚIA: OAMENII VULGARI SUNT ADESEA VICTIME. CHIAR ŞI CÂND EŞTI LA MODĂ POȚI SĂ AJUNGI „UN OBOSIT” ŞI UN RĂSUFLAT. E LEGEA CONFIRMATĂ DE ORICE MARŞ REVENDICATIV: CEI CARE DEFILEAZĂ ÎN FAȚĂ AU ÎNTOTDEAUNA AERUL CĂ SUNT MAI REUŞIȚI DECÂT CEI CARE MERG ÎN SPATE.

Înainte blugii elastici şi pantalonii mulați pe organe rămâneau rezervați câtorva figuri descalificate din start. Erau panoplia obosiților din Camargues, dornici să afişeze virilitatea, deşi toată lumea simțea că damful de sudoare li se trăgea de la parfum, nu de la muncă. Jacques Dutronc îi cânta deja în *Les Play-boy* pe aceşti indivizi „care muncesc precum castorii, nici cu mâinile, nici cu picioarele”. Marea împărțeală a reevaluat acest stil şi l-a dăruit claselor de mijloc. A fost de-ajuns alibiul eliberării trupurilor. Nu pe puțini porunca de a ne accepta condiția i-a împins în rătăcirile estetice. „Mă scoate în evidență!”

Pe vreme geroasă, moda bocancilor îmblăniți te transformă într-un ursuleț de pluş moale şi greoi. O

cucerire a modei e că permite victimelor să se comporte de bunăvoie în public aşa cum o fac în particular. Comoditate şi libertate! Spațiul public, teritoriu al tuturor, s-a contaminat cu spațiul intim al fiecăruia. „Camera mea pe ulița ta!" precum şi *CV-ul meu sub barba ta.*[1] Transgresare a limitei, disoluție, impietare.

Ca o coincidență, slăbirea curelei de la pantaloni e acompaniată de o promovare considerabilă a cizmelor, iar cele care se poartă sunt ecoul celor ce urmează să apară. Alunecarea blugilor ultramulați, *stretch*, *slim*, în cizme tot mulate, desenate pe pulpă, alunecând pe glezne - iată rezultatul plebiscitului. Dar să îți bagi blugii într-o pereche de cizme este vulgar în sensul că ele nu mai atrag privirea către glezne, ci către şolduri. Ele captivează privirea şi o mână către fese şi sex. În celebra fotografie a lui Yves Saint-Laurent pozând nud, purtând doar o pereche de ochelari, privirea lui atrăgea privirile. Vulgaritatea e pe bună dreptate o chestiune de privire şi de look. Întotdeauna cizmele trimit un pic cu gândul la grajduri, la şolduri, la bălegar. Cizmele sunt întotdeauna o invitație la o palmă peste fese, cu tupeu şi dând frâu liber vulgarității, o invitație la sodomie: „Vrei poponeț?" La anumite latitudini, unde ochelarii de soare - un alt accesoriu - sunt indispensabili (în Chile, Argentina, sau chiar în Polonia), cizmele trimit de data aceasta la lovitura de stat militară, la puci, la pumn de fier, la sadism. Trupul e redus în felul acesta la ce are mai strident, e destituit, adică instrumentalizat. E reificat, transformat într-un obiect de consum. Acesta este scopul căutat şi e legitim, dar este vulgar fiindcă astfel se expune corpul delict. Vulgaritatea se învecinează cu delincvența, cu o încălcare a bunelor moravuri colective pasibilă de sancțiune. Moda e crudă chiar din această cauză. Fiindcă dacă cizmele scumpe

1 *Mon CV dans ta gueulle de Alain Wegscheider, J'ai lu, Paris, 2002.*

produc o schimbare, deturnând privirea dinspre şolduri către preţul încălţămintei şi al celei care-o poartă, cizmele de proastă calitate, din plastic, din vinilin, accentuează efectul instinctului de turmă al „victimei *fashion*". În loc să îşi afirme stilul, femeia fără prea multe resurse materiale e mai degrabă redusă la maimuţărirea revistelor. Şi ştim ce înseamnă o imitaţie. După cum amintea Michel Serres în discursul de primire a lui René Girard în Academia Franceză, mimarea caracterizează omul. În acest sens el este superior maimuţei, iar societatea noastră valorizează mai degrabă ceea ce e reproductibil decât ceea ce este singular. Vrem cu toţii să fim singulari fiind la fel cu toţii. Dar maimuţărirea ţine de animalitate. „Vulgarul este ceea ce capitulează în faţa necesităţii." [1] La 1783, Buffon considera vulgar ceea ce relevă caracteristicile comune speciei „fără nici o altă trăsătură particulară". Aşa cum un şofer irascibil este vulgar fiindcă îşi pierde controlul nervilor (şi adesea şi pe acela al vehiculului), la fel şi victima fashion este vulgară prin pierderea controlului asupra dorinţelor şi opţiunilor sale. Se simte depăşită.

GRĂSANUL CU BUST GREOI CARE NU VEDE CĂ E OBEZ, BONDOACA NUMAI ŞUNCI, CA UN BUTOI CARE SE CĂZNEŞTE ÎN CIUDA A ORICE SĂ FIE MULATĂ, SĂ SE DEZGOLEASCĂ, SĂ SE AFIŞEZE... CE JALNICI SUNT! EI SUNT VICTIMELE MODEI; MODA... PATIMĂ GREA! SĂ TE ÎNŞELI ASUPRA UNUI LUCRU PE CARE NIMENI NU-L ŞTIE - IATĂ EROAREA RAŢIUNII; SĂ TE ÎNŞELI ASUPRA A CE TOATĂ LUMEA ŞTIE - IATĂ EROAREA PASIUNII. TOATE CUPLURILE NEPOTRIVITE, TOŢI AMANŢII CARE ŢIN CU DINŢII UNUL DE CELĂLALT CÂND ÎNTREGUL LOR ANTURAJ ŞI-A DAT SEAMA CĂ ŞANDRAMAUA SE VA NĂRUI, TOŢI DE FELUL ACESTA SUNT VICTIME ALE

1 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit., p. 59.*

UNEI ERORI A PASIUNII. LA FEL E ŞI CU CEL PROST ÎMBRĂCAT. AŞA PUTEM ÎNȚELEGE MAI BINE DE CE FEMEILE, UNEORI ŞI BĂRBAȚII, SUNT ÎNNEBUNITE DUPĂ PANTOFI. FIE CĂ EŞTI BULIMICĂ, FILIFORMĂ, ADIPOASĂ, USCATĂ, FĂRĂ VLAGĂ SAU ŞCHIOAPĂ, PUȚIN LE PASĂ ÎNCĂLȚĂRILOR DE ASTA. ELE TAC MÂLC. PRIVINDU-ȚI PICIOARELE UIȚI DE TRUP. PANTOFUL, PAPUCUL, SANDAUA SUNT OARECUM NIŞTE NARCOTICE. DAR NU VEZI CĂ O CIZMULIȚĂ PREA ASCUȚITĂ TE-AR PUTEA FACE ȚINTA BATJOCURII SAU CĂ, PE CĂLDURĂ MARE, SĂNDĂLUȚELE SUBȚIRI, ECOU AL BLUGILOR FRANJURAȚI CU TALIE JOASĂ, SE ASEAMĂNĂ MAI DEGRABĂ CU UN FEL DE TANGA PENTRU DEGETE DECÂT CU UN „PANTOF CU GĂURI”, CUM SE SPUNE ÎN CREOLA DIN REUNION.

La un moment dat Educația Națională a fost zguduită de problema de a accepta sau a interzice liceenelor să-şi afişeze pe sub blugi chiloții tanga. Părinții au început să se impacienteze că odraslele lor încă necoapte se afundă în această lume a exhibiționismului şic. Trebuie să recunoaştem că ceea ce era până mai ieri rezervat indivizilor vulgari, la limita târfei de ambele sexe, a devenit un element determinant al întregii garderobe. Normal. Cu cât țesătura pantalonului e mai mulată, mai *stretch*, cu atât mai mult se cere să se poarte tanga, altfel slipul şi-ar afişa urmele sale inestetice. Deşi e popular, tanga rămâne o limită. O tânără care voia să destindă atmosfera la un dineu monden l-a rebotezat, sub ochii noştri, „taie-găinaț”. Tanga e un cal troian care forțează hotarele acceptabilului. Cine joacă pe cartea tanga întinde o coardă care, se ştie, este subțire! De altfel, nu spune vechea zicală: „Nu întinde prea mult coarda că se rupe”?

MODA ESTE DICTATORIALĂ. TOȚI SE PLIAZĂ CONŞTIENT SAU NU PE EA. ÎNTR-O CLIPITĂ TOATĂ LUMEA ŞI-A TRAS ACEEAŞI VESTĂ MILITARĂ LUATĂ DE

LA REDUCERI, BLUGI CU TALIE JOASĂ ŞI ADIDAŞI DE FIRMĂ. VULGARITATEA INSTINCTULUI DE TURMĂ. A AVUT MARE SUCCES ANECDOTA MOSCOVITĂ ÎN CARE DOI RUŞI ÎNȚOLIȚI CU ACEEAŞI CĂMAŞĂ VERSACE SE INTERSECTEAZĂ LA PARIS:

— Cum, Igor, şi tu ai cămaşă Versace?

— Bineînțeles, Ivane! Şi am dat pe ea şapte sute de dolari!

— Măi, da' prost mai eşti! Trebuia să-mi zici! Ştiu un butic unde o găseşti la nouă sute de dolari!"

Dar ne înşelăm, fiindcă procedeul e acelaşi peste tot. Contează să ai haina. Atât în Marais la Paris, cât şi la Moscova.

Multiplicarea țoalelor *new-look*, de tipul H&M şi Zara, masificarea, copia au dat putere propagării stilului vulgar. Astăzi, la preț mic, poți să rişti haine de un tupeu dezastruos - nu vor sta în şifonier sau pe tine mai mult de o lună-două. Tendința aceasta comercială este propice întreținerii stilurilor, debordărilor pasagere cât mai diversificate. Vorba aceea: „La prețul acesta ar fi păcat să nu profit!"

„Ce noroc că există clienții Zara ca să-mi cumpere creațiile!" spune Marc Jacobs, creatorul titrat al Casei Dior. La preț mic, în versiune *trash*, vulgarizarea şi vulgaritatea se însoțesc ferice. Sunt cuplul anului.

Neovulgari

Aşa cum există „neoreacționari", dacă ar fi să-i credem pe „unii" de la *Observateur* şi *Libération*, ar exista acum şi neovulgari. Ce îi caracterizează? O capacitate nouă de a jongla cu elementele garderobelor lor, subtilitatea în a scoate până la refuz din pălărie tot ce poate aprinde fitilul unui scandal monstru. Fiindcă dacă este uşor să te descalifici afişând un tanga sub pantalonii

de piele, este nevoie de mai multă prestidigitație pentru a fărâma tabuurile cu un ceas scump, cu pantofi Roger Vivier. Spre deosebire de vulgaritatea - fiică a sărăciei sociale, cea a curentului neovulgar este rodul investițiilor financiare grele, al rafinamentului selecției, al gustului întotdeauna sigur.

Ceasurile au devenit accesorii în aceeaşi măsură ca şi „brățările" de picior. Nici şevaliera, nici lănțucul care cuprinde glezna nu au făcut niciodată mare vâlvă. Este o bijuterie gen paciuli, stilul neosclav trâmbițat. De un alt calibru sunt însă piesele cu pietre incrustate, *J12 model Cartier* cu brățară de titan şi mai ales modelele pe care nu le găseşti decât în magazinele ultraluxoase din holurile hotelurilor din Moscova, Dubai sau Shanghai. Modelul *Presidential Collection 6 Time Zones Icelink* are nu mai puțin de şase cadrane, puternic incrustate cu diamante, maniac de excesiv, imposibil să-l alegi! Şi totuşi... Pe spatele revistei *Paris-Match* o reclamă laudă un ceas de aceeaşi teapă marca Chopard, o referință la limita vulgarului pentru giuvaiergiii profesionişti. Numai sclipici şi împopoțonare. Ți se atrage atenția că marile case din piața Vendôme din Paris angajează tinere a căror misiune este să „împodobească" starurile. Înarmate cu o gardă de corp ies la vânat la festivaluri, saloane şi petreceri implorându-le pe Sharon Stone, Gong Li şi alte dive să binevoiască a-şi orna busturile şi încheieturile cu râuri de diamante. *Diamonds are a girl's best friends* după cum ştim cu toții. Vulgaritate la vârfuri - fizic şi social.

„Trebuie să distingem femeia vulgară de curvă. Vulgaritatea ține de latura intelectuală, curvia - de cea fizică. O femeie poate părea vulgară fără să fie. Curva nu este vulgară. De fapt nu am mai văzut de mult timp o femeie vulgară pe la Bon Marché", spune Nathalie Samson-Friedlander de la Brand Bazar. „Vulgaritatea e dezgustătoare. Or, o femeie este arareori vulgară, şi dacă

ar fi tot te-ar impresiona. Nu şi un bărbat. Târfele de pe strada Blondel te întristează, în timp ce Jean-Marie Bigard te dezgustă." De altfel curva e considerată drept o categorie cu totul aparte de către centrele de vânzări şi marile magazine. Fără să implice o judecată de valoare. Este tocmai una din categoriile datului în spectacol. Categoria „curvă" înseamnă „strâns pe cur", Roberto Cavalli, D&G. Curva înseamnă ceva la vedere, dar nu cu măsură! Curva e agresivă, are un zâmbet carnasier, este de o vulgaritate animală, chiar arţăgoasă. Şi bărbaţii au latura lor de curvă. În negativ. Este stilul *total black look*, masculul faţă-tristă cu calviţie, stilul petrecăreţ cu figura toată numai riduri de expresie, adevărat penis ambulant, sexualitate de stadion versiunea Barthez, fotbalistul ras în cap. O afirmare a testosteronului lugubru. Sexul neotrist, negativ.

Unii preferă lejerul, alţii stilul greoi. Fetişcanele împovărate sub greutatea ciocatelor, înjurând ca un birjar, par îmbătrânite prematur. Într-o societate ce-şi revendică junimismul, astfel de fete fac disonanţă. Atitudinea lor destrămată duce parcă şi la descompunerea trupurilor. În travestirea lor este ceva morbid, iar moartea aceasta pe care o exhibă le face vrând-nevrând vulgare. Sunt gotice… dar ce colorate!

Trupuri

Nathalie Samson-Friedlander şi-a făcut un laborator din Brand Bazar, magazinul ei superbranşat. De acolo observă tendinţele la a căror impunere contribuie şi ea: „Acum şase ani, fetele erau şic: tocuri joase, rochie sau haină lungă, maronie, neagră sau bleumarin. Între timp au devenit cărnoase… Chirurgia estetică e leagănul neovulgarităţii."

DEOARECE AI NEVOIE DE BANI PENTRU REFACERE, DEOARECE SE MĂSOARĂ ÎN RUBLE,

DOLARI, EURO ŞI DINARI, PRECUM ŞI ÎN NOPȚI DE CICATRIZARE, CHIRURGIA PLASTICĂ ŞI-A GĂSIT LOCUL ÎN INIMA NEOVULGARITĂȚII GENERALE. CU EA, CONFUZIA DEVINE DE NETĂGĂDUIT. CÂTĂ ÎNŞELĂTORIE ASUPRA VÂRSTEI, A FRĂGEZIMII CĂRNII, A ALURII, A „MĂRFII"! CHIRURGIA E O ARMĂ CU DOUĂ TĂIŞURI. VULGARITATEA FALSITĂȚII ÎNTĂREŞTE VULGARITATEA COMPROMITERII. SĂ AFIŞEZI UN GÂT ÎNCREȚIT, SÂNI LĂSAȚI, CELULITĂ SAU FALDURI DE ŞUNCĂ - IATĂ CE FACE SĂ PĂLEASCĂ BUNUL-GUST ŞI CONVENIENȚELE. [1] FIREŞTE, UN ESTET DECADENT ÎNCĂ AR MAI PUTEA SĂ GĂSEASCĂ MĂREȚIE ÎN RĂSCOLIREA TRUPULUI, AM MAI PUTEA COCOLOŞI MELANCOLIA LUI ROMANTICĂ, NUMAI CĂ OPINIA GENERALĂ SOLICITĂ CONCETĂȚENI CU O OARECARE ȚINUTĂ. DACĂ VOM CĂDEA DE ACORD CĂ FARMECUL VIEȚII ȚINE DE INCERTITUDINEA EI, CHIRURGIA ESTETICĂ O CORUPE TOCMAI PE ACEASTA PRIN VIOLENȚĂ, PENTRU CĂ NEAGĂ RIDURILE VREMII SAU LE SUBLINIAZĂ - OH! ŞI ÎNCĂ CUM ATUNCI CÂND E DE PROASTĂ calitate!

Aici e miezul problemei. Chirurgia estetică e vulgară prin aceea că îşi dă arama pe față în caz de eşec. Întreaga intenție iese la iveală, îți sare în ochi. Buzele debordând de colagen de parcă au fost umflate cu heliu, fața aproape tumefiată, un gât pătat ca un fruct uitat la marginea ferestrei - cu aşa ceva nu poți să seduci. Să rezumăm: o femeie drăguță care s-a înnoit şi despre care nimeni nu ştie ce parte şi-a refăcut rămâne o femeie drăguță. Dar o aceeaşi femeie a cărei reciclare vădită spune totul despre termenul ei de expirare, prost mascat de tăieturile bisturiului? Este vulgară, dincolo de sentimentul de

1 *Asta până acolo încât unii jurnalişti s-au crezut obligați să suprime colacii de grăsime de pe burta preşedintelui Nicolas Sarkozy!*

repulsie pe care ni-l inspiră trucajul, ba chiar dincolo de anatema pe care o aruncăm asupra capcanei. E ceva diabolic în această înşelătorie.

Doamnelor şi domnilor, dacă trişaţi nu vă lăsaţi niciodată prinşi!

Vulgaritatea femeilor supuse liftingului provine din uniformitatea feţelor lor. Buze cărnoase umflate ţeapăn care mătură orice expresie. Gură de păpuşă gonflabilă. Trup plastificat prin chirurgie plastică, trup care pare o bucată de jambon pe galantar. Un trup care devine oximoron (*one more*). Şi care este supus în acelaşi timp unei suprimări de cărnuri dintr-o parte (talie, şold) şi unei augmentări într-altă parte, a sânilor şi feselor. „Eşti superbă, dar dacă vrei să fim împreună trebuie să-ţi refaci sânii" decretează un june imberb gata de orice pentru a asigura fericirea fetei după care tânjeşte. Se caută anorexicele cu piept bombat. Trupuri şi feţe comune, femei comune, aproape puse la comun, interşanjabile... un pic curve de fapt? Aşadar vulgare conform etimologiei. Lipo-vulgare.

Goana după supervulpoaice, după pieptul atomic, după sânii *magnum* identici cu perechea pe care o afişa Lolo Ferrari[1] până la tragica ei moarte, şi-ar putea primi o umbră de explicaţie în generalizarea aberantă a pulsiunii scopice[2] freudiene. În felul acesta se reînnoadă legătura cu era animală în care oamenii în patru labe se adulmecau. Freud susţine că era nevoie ca auzul să cedeze văzului poziţia sa de simţ principal pentru ca făptura să se ridice, să-şi folosească mâinile, să-i permită creierului să se dezvolte. Se mai ştie şi că, odată ce organele sexuale au devenit vizibile, omul a trebuit să le protejeze, iar umanitatea a descoperit în felul acesta pudoarea şi, în

1 *Actriţă porno, socotită femeia cu cei mai mari sâni din lume (n. tr.).*

2 *Nevoia irezistibilă de a privi (n. tr.).*

consecință, erotismul. Teza care face din sâni un popou, o pereche de fese cu sutien, îşi găseşte locul, prin enormitatea ei, în câmpul vulgarității sexuale.

Am trecut din epoca vestigiilor în cea a cicatricilor. Uităm istoria, ne debarasăm de filiație, defrişăm arborele genealogic, ne tatuăm. Limitele stau în puterea noastră. Chiar şi limitele sunt superficiale. Piercingul a devenit un accesoriu intim, brandingul (marcatul cu fier roşu) s-a personalizat. Fireşte, moda brandingului e cu efect întârziat. Această practică extremă nu i-a sedus decât pe câțiva esteți gotici sado-masochişti, pe când tatuajul a cucerit masele: un fluture pe antebraț, în dreptul şalelor, semne cabalistice ici-colo. Departe de a fi dispărut, dedicația „A lui Jean, pe viață" s-a transformat în semn de piraterie urbană. Tatuajul a devenit accesoriu al şoferului de autobuz, al pompierului, al poştaşului. E tot mai popular. Ca şi bentița, devenită acum marca „fraierului" sub ascuțişul de creion al desenatorului Cabu[1], tatuajul desemnează şi masificarea unui act rebel deunăzi, astăzi prăfuit. Tatuajul nu se potriveşte oricui. Ca şi minijupa sau blugii cu talie joasă, ca machiajul permanent al buzei superioare, tatuaj foarte căutat, bunăoară, la libanezi. Ah, libanezii! Când May Chidiac, jurnalistă de la televiziunea MBC, a venit în Franța să-şi promoveze autobiografia *Le ciel m'attendra*[2], toată lumea a crezut că fața ei cu buzele umflate avea drept cauză abominabilul atentat a cărui victimă fusese. Dar nu. Explozivul declanşat de la distanță îi smulsese un picior, un braț, i-a perforat un timpan şi i-a produs nenumărate suferințe, însă fața ei era ca a tuturor suratelor, cea a unei beirutiene fericite, grijulie să-şi multiplice şarmul. Da, chiar aşa.

---

1 *Jean Cabu, caricaturist francez contemporan (n. tr.).*

2 *Éditions Florent Massot, 2007.*

Artificialul n-are o reputație prea bună. Asta cu atât mai mult cu cât visul ecologic, năzuința după natură, devine consubstanțial utopiei actuale. Toată falsitatea măcelăriei medicale poartă semnul artificialului, al minciunii şi, pe lângă asta, al periculozității produselor cu care ne injectăm. Să îți refaci sânii, fesele, pomeții, să-ți incizezi o gropiță în obraji, să-ți alungeşti penisul (chestia asta trebuie să existe de vreme ce suntem invitați de atâtea *spam*-uri *Enlarge your penis*) - iată ceea ce am putea plăti într-o bună zi cu un cancer frumos, cu o minunată tumoare proliferantă. Cine-şi modifică trupul pe bani face întotdeauna pactul cu diavolul. Tehnologii noi, dar vechi diabolizări - un mit al alchimistului care durează în imaginarul bătrânilor tineri.

Culturiştii dau dovada unui cult al papionului. Atunci când îşi umflă brațele şi umerii cu tracțiuni, pompe şi cricuri de fontă, ei îşi imaginează că sunt nişte omizi metamorfozate în fluturi-sfinx, în monarhi, în hesperide, în bombyx stil *Terminator*... De altfel ei se exersează pe un instrument de tortură numit *Butterfly* („fluture"), iar mişcarea pe care o repetă e similară bătăilor din aripi. Trupul unui culturist îți provoacă zâmbete. E supradimensionat, pare să adauge bustului ceea ce fură de la picioare, care brusc se scurtează, se strâmbă. Există în silueta lui o vulgaritate care flirtează cu Neanderthalul. Omul de piatră este ecoul omului pădurii. E uşor de ghicit că toți coloşii trebuie să se îndoape cu substanțe chimice îndoielnice pentru a evita ca abdominalii, pectoralii, bicepşii şi tricepşii să se preschimbe într-o bună zi în grăsime... un ecou rânced al unturii cu care îşi ung trupurile pentru a străluci sub *sunlight* sau pentru a sfida podiumurile. Iar femeile, culturistele, s-au dat şi ele la papion.

Intelectualii nu fac atâtea eforturi. Cu toate astea trişează şi ei. Modificându-şi prea mult trupul se întâmplă

să se dezasorteze cu ei înşişi atunci când, de exemplu, caută să-şi camufleze ramolismentul cu vopsea de păr. Personalităţile mediatice cărora le poţi ghici ninsoarea părului, urmare a marii lor opere, dacă nu cumva a vârstei înaintate, renasc dintr-odată cu un *look* înnoit, relăcuit. Jacques Julliard, Alain Souchon defilează în felul acesta sub reflectoarele care nu iartă nimic, aureolaţi de o cască bătând spre castaniu, spre acaju. „Alain Souchon - ăsta-i roşcat", rezuma Marion Ruggieri, jurnalista revistei *Elle*. Şi aşa este. E aici o vulgaritate a intervenţiei care dă rateu şi nu se mai poate ascunde, e dezastrul unei tentative care, voind să şteargă decrepitudinea, o subliniază şi o exhibă. Într-un fel e o spoire a faţadei, un machiaj pietrificat sau, ca să zic aşa, un efect necontrolat de ruină.

Accesorii

Detaliu în care se cuibăreşte diavolul - *Diavolul care se îmbracă la Prada*[1] - detaliu care te poate distruge, *erorile de modă* sunt micul truc „la limită", o scăpare... o greşeală mereu ameninţătoare.

Şicul italian a fost întotdeauna la limita vulgarităţii. Dezinvoltura adepţilor săi, fineţea ţesăturilor milaneze, supleţea pieilor de *Vila della Spiga*, înclinaţia pentru picioarele goale băgate în mocasini din piele de viţel, cămaşa descheiată şi frizura gen BHL[2] *dolce vita*, pe scurt, toată această neglijenţă „romană" poate să sune a gol, să transforme sclipiciul în fier vechi. Aşa arată tinereţea spoită şi găunoasă. Şicul englezesc, numai *tweed* şi derby[3], talpă groasă, cusută, din cauciuc, pulover pe gât din

1 *Film de comedie în regia lui David Frankel, cu Meryl Streep şi Anne Hathaway în rolurile principale (n. tr.).*

2 *Bernard-Henri Lévy, celebru scriitor şi regizor francez (n. tr.).*

3 *Tweed – stofă cu picăţele şi derby – melon (n. tr.).*

caşmir, nu este scutit nici el de vulgaritate. S-ar vrea îmbrăcăminte *club*, dar e un vacs. Philippe Noiret a fost modelul falsului şic, o înscenare de mare clasă, cu alură mereu vag ecvestră. Când ai ca orizont unic al eleganței reviste ca defuncta *Vogue Homme* rătăceşti în parodie. Frizezi ridicolul atunci când spoiala e de împrumut, când adoptarea codurilor vestimentare „selecte" îl denunță pe parvenit. Iar populația e răzbunătoare şi îi place să strivească burghezul care-i aduce binefaceri. Nu, drăguță, nostalgia Vechiului Regim nu justifică orice! Să fii la patru ace, cu pantofi de lac - iată ce îți va încurca sigur socotelile! Cine nu-şi aduce aminte de papucii Berluti ai ex-ministrului Roland Dumas? Erau într-adevăr ceva vulgar. Nişte chestii cu talpă subțire, decadente. Țeapăn precum un far breton, exagerat de strâns în costumele lui în carouri, arborând un stil de *yachtman* seria B, şi Jean-Marie Le Pen a căzut în meteahna acelui arogant „îmbrăcat aşa cum trebuie". Este vulgar să pui pe tine ținuta de serviciu atunci când nu te duci acolo sau să fii un fals aristocrat, un marinar de apă dulce, un intelectual contrafăcut.

De-a lungul anilor de studenție, profesorii noştri universitari se fuduleau în costume furate de la clasa muncitoare, în haine de tâmplar din velur şi cu guler tip Mao. Pierre Bourdieu, François Châtelet, Paul Virilio şi alții apreciau albastrul salopetelor. Sigur, salopeta tip şef de şantier sau jacheta comunardă nu au dus niciodată la vulgaritate, exceptând cazul când au fost purtate de un VIP la *Castel*. Totuşi şicul muncitoresc şi-a pierdut din mândrie, iar vulgaritatea constă aici în perpetuarea unui gen răsuflat. În a se pretinde „ca şi cum". Inautenticul este vulgar, fiindcă şi aici se dă drept ceea ce este, adică o tentativă. Într-un film cu dialogul scris de către Michel Audiard, după ce şi-a lăudat costumul „care-i vine ca turnat", actorul Maurice Biraud observă un cumpărător

ponosit şi îl întreabă cu tristeţe despre haină: „Nu cumva e o stofă în carouri care bate spre nuanţa de zmeură?” Altădată şicului italienesc, şicului englezesc le răspundea şicul franţuzesc, acel „şic mic la preţ mic” care făcea renumele lumii pariziene. Cine ia metroul constată că supravieţuieşte, dar ameninţat de asfixiere.

Din momentul în care accesoriul a devenit indispensabil şi a fost instituit ca ultim răcnet al modei, de când ochelarii care erau ceva funcţional au ajuns acum bijuterii pe care le schimbi, pe care le asortezi cu coafura, cu garderoba, s-a răspândit obsedant riscul erorii funeste. Montura ochelarilor marca CD, D&G sau CC, de exemplu, în varianta XL care îţi devorează faţa, e omniprezentă pe nasul rusoaicelor, ca şi al libanezelor, tot mai stridente, tot mai „ştrăsuite.” Ei bine, trădătorul care te dă în vileag este chiar accesoriul.

Iată cum analizează revista *Elle* din 21 mai 2007[1] *erorile de modă* ale lui Britney Spears, fotografiată într-o ţinută foarte discutabilă: şapcă Van Dutch „de pe vremuri”, ochelari de libelulă „prea nasoli”, poşetă mini-mini într-o epocă a maxibag-ului - inadecvare gravă. Tenişi cu tălpi îngroşate, şosete de fotbalist care aplatizează silueta, şort căptuşit şi dantelat special pentru a face „scandal”, maiou imprimat cu apus de soare la Malibu, anii ’80, şi pandantiv „pistolet”. Pe scurt - moda totală sau „moda sinucigaşă”, cum o rezuma cu vervă jurnalista Sophie Gachet.

OBSESIA PENTRU ACESTE ELEMENTE CARE RUP GURA TÂRGULUI, CARE TE TRANSFORMĂ ÎN VICTIMA TUTUROR PRIVIRILOR, ESTE REVELATOARE PENTRU ACEASTĂ NEVOIE CRESCÂNDĂ DE DEZGOLIRE, DE DESPUIERE PE FONDUL SUPRALICITĂRII BRELOCURILOR. TE DEZBRACI ŞI APOI TE PUI ÎN

1 *P. 20.*

AMBALAJ. CADOU LA PACHET CU FUNDIȚĂ. MODA MULTIETAJATĂ ARE ÎN EA CEVA DE SPERIETOARE DE CIORI. TOTUL ÎȚI STĂ ATÂRNAT.

În absența pălăriei, căzută în desuetudine - cu excepția formei sale simplificate de panama de mâna a doua -, casca de motociclist, de exemplu, a devenit ea însăşi o veritabilă sursă de prost-gust. Decalcomaniile, imprimeurile, exploziile de galben, albastru, roşu... se întrec în picățele, în scântei, în vibrato-uri. Stilul „Joe Bar", după numele personajului de desen animat creat de Christian Debarre şi Stephane Deteindre, condensează într-o deriziune de gradul al doilea întreaga mitologie a pielăriei, a bluzei, a uleiului şi a bitumului. Trebuie să pricepi, dacă putem spune aşa, dintr-o simplă privire cauciucul ars, asfaltul supraîncălzit, să auzi cum se izbesc chiulasele. Să iei curba în viteză. Trebuie să disprețuieşti trupul, să treci cu „motorul" în trombă pe lângă moarte. După mine, potopul... direct în mormânt, pe mulți cai-putere.

Şosete

Punctul de echilibru, contragreutatea căştii de motociclist e şoseta care alunecă pe cealaltă extremitate a personajului. Atenție, aici vă paşte un grav pericol! Albă, cu motive, ea descalifică ditamai omul, îl ridiculizează. Iată o gogomănie regretabilă: nişte glezne care arborează pe sub costum un Mickey Mouse galben-țipător. Un soț poate plăti scump înclinația care îl face să îmbrace o şosetă „fun" dăruită de nevasta lui, din aceeaşi gamă cu izmenele. Să nu încetăm niciodată să privim cu neîncredere cadourile făcute „ca să râdem". Toți Titi, Milu, Simpsonii, Fritz Motanul, Bunny versiunea Disney, Bunny versiunea Playboy vă pot cantona într-un registru salarial anemic. Să îți expui viața privată în cadrul formatat al unei emisiuni

de televiziune conduse de Mireille Dumas *is a must*, dar să-ți exhibi fragilitatea ca logodnic, ca amant, prin ceea ce lasă să se întrevadă un pantalon ceva cam scurt este o greşeală imensă. La fel şi în cazul cravatelor. Cele cu imprimeuri gen dolar, porc, fată goală, smiley... sunt de pus în dulap.

EA SPUNE: „DACĂ UN TIP SE DEZBRACĂ ŞI VĂD CĂ POARTĂ ŞOSETE DE TENIS, NU MĂ CULC CU EL." REZULTATUL? E NEMĂRITATĂ.

Pantofi

Pe strada Château-d'Eau, lângă poarta Saint-Denis din Paris, se găsea odinioară un magazin de încălțăminte în a cărui vitrină puteai „admira" pantofi de damă cu tocuri ascuțite vertiginos sau cizmulițe interminabile, vădindu-se cărei specii îi făcea cu ochiul. Era magazinul „Ernest" ce aproviziona prostituatele de cartier care mişunau în epocă. Veritabile zigurate ale labei piciorului, aceste opere de artă periclitau urcatul pe scările întortocheate ale hotelurilor din zonă şi pe clientul care ducea trena. La Salonul erotismului de la Bourget - vai ce loc deprimant! - standurile vânzătorilor ofereau mari reduceri de preț la cizmulițe - treizeci şi nouă de euro perechea - neuitând să-şi subjuge clientele cu reclama „Colecție nouă". Pentru un amator, adică neprofesionistul şi nu clientul bordelului, era destul de greu să afle prin ce difereau cizmele din 2007 de strămoaşele lor din anii '80. Mulată periculos, o cizmă lungă rămâne o cizmă, dar scopul ei este întotdeauna să atragă privirea asupra a ceea ce stă deasupra ei, asupra nadei aşezate oarecum pe cârlig.

Centuri

„Într-o zi, spune un personaj al desenatorului Gilbert, veți purta un pantalon cu talia atât de înaltă, încât va trebui să vă legați cureaua în jurul gâtului şi veți sfârşi prin a vă strangula, în timp ce locuitorii din zonă vor ridica o statuie întru slăvirea centurii." Centura a căpătat importanță, la fel ca şi ochelarii. Astăzi e un accesoriu privilegiat. Mai întâi alternativă la bretele, i-a crescut apoi o cataramă, după care a început să strângă din talie astfel încât a devenit substitutul corsetului. Centura se poartă fie strânsă, fie desfăcută lejer şi atârnată. Ieri simbol al stăpânirii de sine spartane, sado-maso sau militare, centura a devenit sinonimul nonşalanței.

Câini

Iată-l! E accesoriul viu! Chelălăind, defecând, curgându-i balele, trăgând vânturi, excitându-se, frecându-se, cățărându-se pe piciorul unuia sau altuia! E cel mai vulgar şi fără îndoială cel mai împopoțonat, e cel la care ne uităm cu o privire pe care îndeobşte o datorăm moştenitorilor, copiilor. Desigur, există şi potaia de curte, câinele portarului, dar şi basetul, chihuhaua pe care îl acoperim cu mângâieri, care se scapă pe mochetă. Fără să mai vorbim de voliere, colivii cu canari, acvarii, panere cu pisici, aşternuturi de paie şi cuşti.

În anii renaşterii ruseşti, când Uniunea Sovietică, deşi prăbuşită, îşi etala pe bulevarde noile averi, vedeai plimbându-se prin Moscova cetățeni agățați de ciobăneşti danezi, de ogari, de câini de rasă de talie mare, înfulecători de carne crudă. În timp ce populația se vedea brusc privată de subțirea asistență socialistă şi îşi trăia ruina absolută, bogătaşii îşi afişau animalele de concurs ca tot atâtea dovezi ale veniturilor lor mirobolante.

Animalul de companie îşi poartă vulgaritatea în spate precum o țestoasă carapacea, fiindcă el exprimă cel puțin

două eşuări ale trupului: imposibilitatea de a evita dejecțiile, flatulențele (şi există specii de animale care îşi fac o plăcere să ne exhibe anusul şi organele genitale) şi apoi imposibilitatea ființei celei mai însingurate de a renunța la iubirea de aproapele său, la efuziunea sentimentelor, la sărutat, la îmbrățişare, la senzualitatea exprimată public. Cel mai rău nu este chiar faptul că fiecare se face că nu ar fi văzut nimic, ca şi cum nu l-ar deranja acest cuplu „rău asortat" care îndrăzneşte să exprime în public o sexualitate contra naturii? Fiindcă la urma urmei cât de mult îşi pot pierde ruşinea aceşti proprietari de câini, de pisici, de papagali?

Există în animal o parte din sexualitatea stăpânului, care se exhibă şi se destinde, fiindcă însoțitorul acesta, în orice caz, este prea personal. Îl țeseli, îi „dai suzetă". Bunul câine al ciobanului, boul, vaca pe tăpşanul lor nu deranjează pe nimeni, nu aduc ruşine, umilință, pe când câinele de rasă, setterul, levrierul, canişul, de la care ne aşteptăm să se comporte ca nişte gentlemeni, dimpotrivă, îşi etalează dorințele carnale pe covor. Sterilizarea toarnă şi ea gaz pe foc, generând şi răspândind indispoziția obsesivilor care se spală pe mâini fără încetare. Nevroză fără efect, datoria inițială a umanității devine un paravan.

Cât despre animalele ieşite din comun, din afara concursului, boa, salamandra, jderul, cameleonul… o scot mai bine la capăt. Dacă un câine este vulgar, crocodilul nu este, decât în versiunea poşetă. Nici pitonul, decât făcut papuci. Pielea moartă fluturând în aer e revanşa prefabricată contra naturii injurioase.

Gadgeturi şi insigne

Un emigrant din Est, care făcuse avere cu bibelouri, nasturi, fermoare Éclair, avea obiceiul să rostească formula extatică următoare, cu un puternic accent: „Sunt

deja milionar, taică; slavă bunului Dumnezeu că a inventat insigna!" La vârsta pensionării, brusc averea lui se înmulțise datorită modei care cucerise peste noapte legiuni întregi de băieți de cafenea. Puteai vedea cum înfloresc pe vestele lor cu buzunare colecții întregi de astfel de medalii ale săracului. Insigna, după chipul şi asemănarea gadgetului din care se trage, este arhetipul obiectului inutil. Te jenează. Cel care o poartă se transformă pe nimica toată într-un poster uman. Eşti violat de publicitate. De altfel tot ceea ce jenează frizează vulgarul, fiindcă tradiția noastră occidentală de temperanță şi moderație ieşită din vremurile medievale are necontenită trecere. Minimalismul este continuarea ei, dacă e purtat cum se cuvine. Decorațiile flashy şi machiajul care se scurge sunt ambele condamnate din acelaşi motiv. Anunțurile gen „totul la preț de 100 de yeni", „totul la 100 de franci", toate galantarele, magazinele de mâna a doua, a treia, buticurile cu gadgeturi, grămezile de parfumuri vândute la duzină, la care se adaugă stivele de farfurii, supiere, de veselă grea bună de spart când clientela se codeşte… ei, bine, toate astea sunt lipsite de orice clasă!

În acelaşi ton, brizbrizurile, abțibildurile, fetişurile, labele de iepure şi mâinile de Fatima care tremură sub retrovizor, stilul *bling bling forever* sunt demarcatori ai vulgarității. În primul rând pentru că o parte din convingerile intime se proiectează în sfera publică, fie şi atunci când asta înseamnă numai spațiul privat al unei maşini ale cărei geamuri fumurii îți asigură protecția. Credința devine abandon şi apoi relaxare. Pe când misticul se ridică la comunicarea cu Dumnezeu în singurătatea lui față-către-față, dacă nu cumva trup-către-trup.

Obiecte contrafăcute

Când mărcile importante s-au văzut scoase la mezat, apoi fagocitate de către „gloată”, eşarfa Burberry, şapca Lacoste, casca de polo Ralph Lauren, ochelarii Prada, Dolce&Gabbana şi blugii Hugo Boss au început să frizeze prostul-gust. El s-a ascuțit simțitor la casele mari care, în felul acesta, îşi plăteau succesul. Cu cât produsele de firmă câştigă mai mult teren, cu atât mai mult sunt copiate şi constituie obiectul contrafacerilor. Imaginea corporată a caselor de lux se ridică de sub avalanşa unui total look de marcă falsificată. De altminteri un indice excelent al notorietății este să verifici ce se vinde la piața hoților din Bangkok. Când dădeai acolo peste un Benetton fals însemna că marca italiană era pe cai mari. Cu Van Dutch s-a întâmplat la fel mai târziu… Trotuarele Veneției sunt luate cu asalt de către negustorii africani cu false Vuitton, Gucci, Dior etc. Oricât s-ar ofusca, marile case au partea lor de vină. Ele au zgândărit delincvența. Mai țineți minte acel şirag de diamante lucrat de Cartier, care era atât de greu încât numai un rapper ar fi putut să-l atârne pe piept fără să pară deşălat? Cine stă la masă cu diavolul trebuie să aibă grijă să nu se pârlească.

Acum câțiva ani, Franța luase decizia de a expulza de pe teritoriul ei un grup de angajați ai Ambasadei Uniunii Sovietice la Paris. Bănuiți de spionaj, îi puteai vedea cățărându-se rând pe rând în minibuzul care trebuia să îi ducă la aeroportul din Roissy. Toți arborau o geantă imensă Darty. Fără-ndoială, avertizați că vor pleca în scurt timp, „funcționarii” noştri grosolani se năpustiseră să îşi facă plinul cu electrocasnice. Uscătoare de păr, toastere, friteuze, ultimele cumpărături dinaintea trezirii finale din visul socialist. Astăzi se întâmplă frecvent ca un delincvent bănuit, cules de doi jandarmi, să fie shootat de un paparazzi când poartă pe cap o şapcă Vuitton, e încins la gât cu o eşarfă Ralph Lauren sau Van Dutch. Publicitate gratuită sau contrapublicitate de proastă calitate, dar

acesta e prețul gloriei. Să ne amintim că firma Kärcher[1] a trebuit săşi „comunice” în presă performanțele şi istoricul pentru a atenționa că nu era doar un derapaj politico-mediatic.

Mini-maxi

Detaliu care ucide, care destituie; şpagat. Unghiilor false cu sclipici le răspunde moda recentă a călătoriei de plăcere cu submarinul cu două locuri, în mare vogă în Dubai. Cineva ar putea obiecta că nu e nimic vulgar în a da pe gât şampania în mijlocul langustelor şi că exotismul marin vrăjeşte din nou gloatele. De acord, dar nu e submarinul cu două locuri în versiune liliputană şi la suprapreț imaginea limuzinei *superstretch* în care îşi imaginează unii exaltați că se vor căsători? Poți chiar să-ți pui capăt fecioriei în el, fiindcă, spre deosebire de deprimantul stand al *Salonului de erotism* de la Bourget, deja menționat, standul *Dream-car* le propunea potențialilor clienți un striptease în limuzină. O, adepți ai spagatului, deschideți ferestrele laterale!

Acum vreo câțiva ani, la sărbătorirea inaugurării preafrumosului magazin Louis Vuitton d’Omotesado din Tokyo se pusese la dispoziția VIP-urilor un autobuz pentru a le duce la locul „party-ului”. Pe scara autocarului însoțitorii ofereau fiecărui pasager o sticlă la jumătate de Veuve Clicquot (LVMH) cu un pahar de… plastic. Şampania era puțin cam călduță, dar japonezii o apreciau enorm… Un occidental şi-ar fi dat seama că e un spumant: vulgaritatea face bule.

Tot cu ceva timp în urmă, i s-a încredințat firmei Hermès Japon confecționarea unei cutii îmbrăcate în piele cusută dublu de mână, dar ornată cu precizie în intervalul

1 *Firmă producătoare de echipamente de curățat (n. tr.).*

dintre cusături cu... bucăți mari de yeni! Ce comandă specială stranie...! Cine ar mai da astăzi o sumă mare de bani lichizi pentru o asemenea casetă? Un membru al Yakuza, fără doar şi poate. Şi tot acum câțiva ani atelierul de şelărie al Casei Hermès a avut ideea de a confecționa o şa din piele de crocodil. Era o aberație, fiindcă în felul acesta schimbai ținuta de cavaler cu un luciu de reptilă. Cu toate astea serviciul şi-a promovat ideea şi pentru a o desăvârşi a decis să vopsească crocodilul în albastru! Era deja prea mult şi un aşa exces de kitsch a condamnat şaua să orneze vitrinele din strada Saint-Honoré înainte de a-şi face intrarea în colecțiile particulare. Asta fără să-l punem la socoteală pe sultanul Bruneiului care, hipnotizat de fiară, s-a grăbit să o cumpere. Orice obiect îşi găseşte destinatarul!

TOTUŞI, ALBASTRU ŞI CROCODIL...!? ÎNTOTDEAUNA VULGARITATEA A ÎNSEMNAT UN EXCES. DOAR CĂ FRONTIERA DINTRE DANDY, ŞIC ŞI VULGARITATE COMPORTĂ DIFERENȚE MINIME ÎN ZILELE NOASTRE, CU PREȚUL UNEI ENORME ÎNTREPĂTRUNDERI.

Deviza unui dandy enunțată în secolul al XVIII-lea de către un reprezentant de seamă, Henry St John, viconte de Bolingbroke, este *Nil mirari* („Nimic să nu te tulbure!"). În cazul de față, sultanul Bruneiului eşuează în fața dandysmului prin excesul capriciului. Puțin mai multă detaşare şi indiferență l-ar fi aliniat pe deplin printre *dandies*, chiar printre marii *dandies*.

„Trebuie să recunosc, spune Eduard Dorojkin, redactorul-şef al *Naroublevke*, că Hummerul e un pic prea mult." Jurnalistul ştie ce spune, ziarul lui este o foaie de varză care serveşte drept legătură între toți miliardarii din *gated cities*, oraşele rezervate elitelor, împrejurimile Moscovei. Cititorii lui sunt toți posesori de vehicule 4 x 4 supradimensionate, cu geamuri antiglonț, care şi-au făcut

un obicei din a urca străzile capitalei ruseşti pe contrasens şi cu farurile aprinse. Şi sunt lăsați să treacă! Ce mult timp le trebuie unora ca să-şi consume tinerețea!

CEVA AUZIT LA BIENALA ANTICARILOR DIN PARIS ÎN 2006:

„Fă, curvă, am rupt cinci sute de mii de euroi pe rahatu' ăsta! Nu-mi dai tu mie lecții!"

Cuplul, accesoriul ultim

LA LONDRA E CEVA OBIŞNUIT SĂ VEZI UN ANGAJAT DIN CITY IEŞIND CU O PUNKISTĂ. POȚI SĂ VEZI CHIAR ŞI UN PAKISTANEZ LA BRAȚ CU O SCOȚIANĂ - DOAR SOCIETATEA BRITANICĂ ORGANIZATĂ ÎN CASTE ARE VEDERI LARGI! NU CUNOAŞTE FALIILE SOCIALE ŞI E DETAŞATĂ DE ORICE ANGOASĂ. ÎN SÂNUL EI NIMENI NU SE PLÂNGE DE CONTAMINAREA PRIN PROXIMITATE, DE DECLASAREA PRIN ASOCIERE. FIECARE RĂMÂNE EL ÎNSUŞI ORICE S-AR ÎNTÂMPLA. ORICE FEL DE EXCENTRICITATE E BINE-VENITĂ FIINDCĂ REVOLUȚIA NU E NICIODATĂ LA ORDINEA ZILEI. E AERUL PROASPĂT FĂRĂ RISC DE BRONŞITĂ.

Nimic de felul acesta în Franța. Proletara cochetă care-l momeşte pe burghez pentru a-şi rotunji veniturile păstrează o anumită noblețe, în ciuda josniciei sale avide. Asta fiindcă ştie că este de disprețuit şi pentru că nu există noblețe fără dispreț. În schimb, victima ei e condamnată. Treacă-meargă „oprirea" pe la bordel, dar să se afişeze acolo... îi cam strică afişul! Clientul e regele... găurilor. Dar nici gigoloul care îşi face meseria cu bătrâna nu o duce mai bine. Un cuplu nepotrivit e întotdeauna un eşec. Chiar dacă acest kitsch al contrariilor se joacă fairplay între adolescentul în călduri şi curva lui, între top-model şi poştaşul ei troțkist, între scriitoarea sucită şi

rapperul ei, este vorba tot de o pierdere a candorii şi de ultraj. Desenatorul umorist Albert Dubout a extras din asta o lume întreagă de uşieri sfrijiți flancați de bondoace cu forme debordante. Un cuplu nepotrivit trece întotdeauna dincolo de limită. Prea bătător la ochi, mai prost ambalat decât orice am putea concepe.

Câteva vulgarităţi recenzate pe sex
(idei de-a gata)

Bărbat	**Femeie**
Țeapăn	Pântecoasă
Mulțumire de sine	Tocuri înalte
Sudoare	Parfum
Plată cash	Totul gratis
Salam	Gumă de mestecat
Râs gros	Fandoseli
Brățară groasă	Bijuterii din aur
Elastic de păr	Unghii false
Cercel	Lănțișor pe gleznă
Tatuaj	Piercing în limbă
Mâneci suflecate	Ciorapi cu jartieră
Cravată cu purceluşi	Imprimeu leopard
Batistuță	Meşe
Şosete fun	Colanți găuriți
Cămaşă descheiată	Tanga
Şevalieră	Ochelari enormi
Folosirea imperativului	Vorbitul prea tare
Cizme din piele de şarpe	Minijupă de blugi
Geacă de pilot	Pantaloni din piele mulați
BMW	Opel Tigra
Harley-Davidson	Austin mini
Țigară	Portțigaret
Cămaşă hawaiiană	Blugi cu talie joasă
Favoriți	Injecții cu botox
Peşte	Curvă
Demagog	Star TV
Degetul în nas	Machiat în metrou
Ciocate	Cizme foarte lungi
Coate-goale	Târâtură

Toate astea vi se par vulgare? Şi nouă. Oare de ce?

2.Vulgaritudine

Delăsare

Învelişul corporal e o țară. Singura care e a noastră. Nu pătrunzi pe aici decât invitat, restul e viol. Integritatea trupului solicită celorlalte trupuri o atitudine plină de diplomație, altfel se declară război. Dar vai! Epoca noastră este una a intruziunilor. Aici vulgaritatea îşi sporeşte impietățile, fiind la ea acasă.

Să luăm pentru început impietatea sonoră. „Una dintre cuceririle omului e tăcerea" spunea Vladimir Jankelevitch. Dimpotrivă, natura este asurzitoare: țipete de animale, foşnituri de frunze, crengi care trosnesc, dinți care scrâşnesc, lovituri de tunet, vânt neostoit. Flaubert însuşi i se plângea lui George Sand de o privighetoare care îi „gâlgâise" toată noaptea. Iată de ce vacarmul permanent al muzicii în toate spațiile publice, în sălile de aşteptare, metrouri, în restaurante, de la pizzerie la braseria tip Frères Costes, şi apoi avalanşa de ecrane care difuzează până la saţietate clipuri video au impus domnia animalității asupra gustului zilei. Este epoca fiarei, freamătele lumii înainte de a fi cucerită de către *Homo sapiens*. Publicitatea, cândva reținută, înveselea o parte din pereții şi culoarele metroului, dar proliferarea ei, de la sălile de cinema până la coada autobuzelor, trecând prin ecranele urbane cu luminozitate agresivă, o face agasantă, obsedantă, subliminală. Dacă mai adăugăm la asta pe eternul *acordeonist moldav*, vom înțelege ce eroice sunt persoanele care se gândesc să mai citească ceva pe drum! Mai numeroşi sunt rebusiştii de vagon sau de autobuz deranjați de la problemele cuvintelor încrucişate, iar şi mai numeroşi dependenții de sudoku, terapia universală a răului de călătorie. Succesul cotidienelor gratuite *20 minutes* şi *Meîtro* se explică în primul rând prin această

realitate frustă. Într-un spațiu supus agresiunilor, ochiul alunecă peste titluri, dar pe lângă text. Păi, atunci, fără texte! Spațiul tuturor, spațiul public, s-a privatizat cu secreţiile modernității nomade, iar refuzul oricărei concentrări şi doliul voluntar al singurătății devin regulă de supraviețuire.

Ne-am înşela dacă am vedea aici doar ceva anecdotic. Dacă din raţiuni magnifice s-ar dori lupta împotriva proliferării automate ar trebui mai întâi combătută invadarea spațiului public de către amenințările mai sus-menționate. Fără asta, cetățeanul X se refugiază în maşina sa pentru a asculta muzica preferată sau a da telefon. În Statele Unite timpul petrecut la telefon se suprapune peste cel petrecut în maşina personală. Pe drumul zilnic de la cămin spre locul de muncă americanul vorbeşte la telefon. De fapt oamenii se mulţumesc din ce în ce mai mult cu un singur telefon, cel din vehiculul lor. În ciuda faptului că e un obiect hulit, maşina este percepută de multă lume drept un refugiu - iată ceva ce ar trebui să-i facă să reflecteze pe adepții dezvoltării durabile care nu au pe buze decât cartiere mici civilizate şi spații urbane.

Capacitatea noastră de adaptare e acompaniată, poate, şi de slăbirea mecanismelor de apărare. Ar trebui să ne ofuscăm, să cerem sus şi tare un pic de linişte, dar nu! Merge şi aşa, ne adaptăm! În schimb, vulgaritatea colegului care ne suflă în nas duhoarea de usturoi nu ne pare doar o figură de stil. E vulgar să vorbeşti prea aproape de cineva fiindcă se încalcă o limită şi integritatea corporală e supusă torturii. Ce paradox! Făptura de carne suportă mai degrabă un bombardament electronic omnivor decât mirosul persistent al sudorii vecinului! Găsim o scuză vulgarității sonore insuportabile prin aceea că nu e umană.

Prea aproape

Altă atitudine exasperantă: un tip enervant care staționează în picioare în fața mesei tale. Se lipeşte în restaurant de umărul tău, îți mătură cu geanta spațiul vital. Îți întoarce dosul în timp ce discută cu prietenii pe care tocmai i-a observat, îți blochează privirea, îşi proiectează umbra pardesiului său imens pe farfuria ta, îți induce o claustrofobie irepresibilă. Sau alta: fata cu părul bogat şi sâni debordanți, machiată excesiv, cu guler mare de blană, care îți pompează aerul în față. Ştie pe toată lumea şi de aceea vorbeşte tare. Nu fumează şi totuşi te sufocă. Ah! Ce-ai mai vrea să plece! Dar e prost-crescută şi stă acolo ca să îți confişte orizontul, ca să încalce limitele, pe acelea ale bunei-cuviințe, dar şi pe cele ale spațiului intim.

ACUM MAI E ŞI TIPUL CARE ÎȚI SUFLĂ ÎN NAS MIROSUL CARIILOR LUI, CARE TE ÎMBRĂȚIŞEAZĂ CA ŞI CUM VREA SĂ TE ÎNGHITĂ. ÎȚI VORBEŞTE ŞI NU-I POȚI VEDEA DECÂT DINȚII, GÂTLEJUL; IMPOSIBIL SĂ SCAPI DE DAMFUL TUBULUI SĂU DIGESTIV! TE DAI ÎNAPOI, TE RETRAGI, DAR ÎNAINTEAZĂ DE PARCĂ AR FI AGĂȚAT CU CÂRLIGUL DE TINE! NU MAI E DISCUȚIE, ESTE SUFOCARE!!! NU NEAPĂRAT CĂ E VULGAR SĂ CONSUMI SPAȚIUL VITAL AL APROAPELUI, DAR TOTUŞI INVADAREA ESTE INDISCUTABILĂ. „MAI ÎNGRĂMĂDIȚI-VĂ!”, „AVANSAȚI MAI ÎN SPATE!” - IATĂ VIAȚA CA UN AUTOBUZ ÎN CARE HAINELE ASUDĂ, ÎN CARE HURDUCĂIELILE PROVOCATE DE DRUMUL ACCIDENTAT MACINĂ APLOMBUL CLIENTELEI CAPTIVE. ACEASTA E CRUZIMEA EPOCII NOASTRE CARE GLORIFICĂ PE UN TON FALS LIBERTARIANISMUL, DECONTRACTAREA, RELAXAREA, ŞI CARE ÎŞI DEPLÂNGE ÎN ACELAŞI TIMP BUNA-CUVIINȚĂ PIERDUTĂ! CE MINCIUNĂ PIOASĂ, CE CVADRATURĂ A CERCULUI! LIBERTATEA ÎN COERCIȚIE ESTE O FUNDĂTURĂ, O

MANEVRĂ SADICĂ - REFERINȚA LA SADE, MODEL AL REBELIUNII ARTISTULUI, AL ALTERMODERNITĂȚII, E AŞA DE FRECVENTĂ CĂ AM PUTEA FI SUSPECTAȚI DE TRUISM ŞI DE IGNORANȚĂ. SĂ TRĂIEŞTI CA-N AUTOBUZ… MULȚUMESC, MAI BINE NU!

Să fii mai tare, să te împingi în ceilalți, să vorbeşti tare, cu putere şi mai ales despre tine - iată ce este vulgar. Un proces de autogratulare, umflare în pene, vanitate. Până la reversul său: falsa modestie *fishing for compliments*. Franța îşi face o onoare din a avea ca mascotă cocoşul, un animal ridicol, un seducător de ogradă. Început cum nu se poate mai prost.[1] Şi o confuzie, pentru că secolul nostru încă mai trăieşte din preceptele medievale care fac din temperanță şi din moderație o marcă a civilității, respectiv a civilizației. Cine începe să răcnească, cine râgâie şi exhală gaze la masă este incapabil să se abțină. Ce poți să-i zici? În nici un caz nu: „Ai cu cine semăna"! I s-ar potrivi mai degrabă un „te lauzi cu aşa ceva?", deşi de preferat ar fi „unde-ai mai pomenit aşa ceva?", care trimite la ceva apatrid. Îți trebuie şiretenia unui Sacha Guitry pentru a ieşi cu suplețe din astfel de mitocănii. În cursul unui dineu elegant, Guitry scapă un vânt, se întoarce imediat spre vecina lui şi îi spune: „Nu vă impacientați, doamnă, o să spun că eu am fost."

Aşa cum amintea Jean-Claude Schmitt în *Rațiunea gesturilor în Occidentul medieval*[2], se consideră că gesturile exprimă realitățile ascunse, interiorul unei persoane, în timp ce, dimpotrivă, „disciplina" gesturilor, la exteriorul trupurilor, contribuie la reformarea omului interior. În Evul Mediu un acelaşi cuvânt desemnează chipul, privirea

---

1 *Henri Callet, La Belle Lurette: „M-am născut într-un pântece încorsetat. Început cum nu se poate mai prost."*

2 *Jean-Claude Schmitt, La Raison des gestes dans l'Occident médiéval, Gallimard, Paris, 1990, ed. rom. Rațiunea gesturilor în Occidentul medieval, trad. Doina Marian, Ed. Meridiane, Bucureşti, 1998.*

şi mâinile care par să vorbească: *vultus*. *Vultus*, fizionomia, *sonus*, vocea, *gestus*, gestul. *Gestus* şi *gesticulatio* formează un cuplu inamic. Trebuie să ştii să te stăpâneşti.

Amplu studiat în Evul Mediu, Cicero arăta că „frumusețea morală" se compune din aceste patru „virtuți": *scientia*, discernământul adevărului… *beneficentia* sau *liberalitas*, idealul de dreptate care te face să îi dai fiecăruia ceea ce merită şi să respecți contrastele pentru păstrarea legăturilor sociale, *fortitudo*, forța şi măreția sufletului, disprețul problemelor omeneşti, şi, în fine, *temperantia* sau *modestia*, care constă în a „săvârşi orice faptă şi a pronunța orice cuvânt cu disciplină şi măsură… Prudență, dreptate, fermitate şi moderație… încă din această epocă este formulat sistemul complet a ceea ce Biserica va numi, începând cu Sfântul Ambrozie, cele patru virtuți". [1] Paradoxul societății noastre aflate în căutarea libertății trupului şi a cuvântului e că noi continuăm să trăim sub influența acestor virtuți antice. Trebuie să ştim să ne înfrânăm şi să ne relaxăm în acelaşi timp, pe scurt - e o artă. „Fii relaxat!" - iată ordinul. *Keep cool* e complementul său.

Căscat

UN SEMN AL EPOCII MAI DEGRABĂ DECÂT AL GENERAȚIEI: CĂSCATUL FĂRĂ A PUNE MÂNA LA GURĂ. GILLES DE B. I-A ADRESAT URMĂTOAREA REMARCĂ ELEGANTĂ UNEI TINERE CARE CĂSCA ÎN FAȚA LUI: „DOMNIŞOARĂ, CE CHILOȚI DRĂGUȚI AVEȚI! AȚI DESCHIS GURA AŞA DE TARE CĂ AM PUTUT SĂ-I VĂD!" ACEST CĂSCAT SUGESTIV ESTE PROBABIL ECHIVALENTUL FEMININ AL URINATULUI ÎN PUBLIC LA BĂRBAȚI. SAU UN FEL DE SUBSTITUT DIN LIPSĂ DE

1 *Ibid., pp. 51–52.*

ALTCEVA. „URINĂTORII” CARE ÎŞI PROLIFEREAZĂ JETUL ÎN MARE VITEZĂ - EI ŞTIU CE ÎNSEAMNĂ RELAXAREA! NE UŞURĂM LA ORICE COLŢ DE STRADĂ. ÎMI DAU DRUMUL, NU MĂ MAI ŢIN! FACEM PIPI CU TOŢII ÎN FAŢA UNEI POPULAŢII CARE PARCĂ A ORBIT DEODATĂ. ÎN CIUDA AVALANŞEI DE LUMINĂ, A INUNDĂRII ELECTRICE DEMNE DE TURNUL DE SUPRAVEGHERE AL UNUI LAGĂR, SOCOTITE A SATISFACE EXIGENŢELE DE SECURITATE ALE BUNULUI CETĂŢEAN, FACEM PIPI PE TOATE GARDURILE ŞI NIMENI NU E DERANJAT. NE DESCHEIEM FĂRĂ-NCETARE ŞI NE UŞURĂM PE LA COLŢURILE UŞILOR, PE LA SEMNELE DE OPRIRE DE URGENŢĂ ALE DRUMURILOR, PE CULOARELE METROULUI. VULGARITATEA GESTULUI SE ATENUEAZĂ PÂNĂ CÂND TRECE DREPT NUMAI O CONSECINŢĂ A NECESITĂŢII. TOTUŞI - PIERRE BOURDIEU A SPUS-O - VULGARITATEA ESTE FIICA NECESITĂŢII.

ATITUDINEA „SLOPPY”, DELĂSATĂ, NEGLIJENTĂ, LICHIDĂ, SIMBOLIZATĂ ATÂT DE BINE DE BLUGII CU TALIA JOASĂ, ÎŞI GĂSEŞTE UN ECOU ÎN PERMANENTA EXPECTORAŢIE. SCUIPAT ŞI RÂGÂIT. TONUL L-AU DAT FOTBALIŞTII PE CARE, DUPĂ UN SPRINT, UN ŞUT ŞI O REUŞITĂ, ÎI VEZI ÎN PRIM-PLAN PROIECTÂND FLEGME „DE BĂRBAT” ÎN IARBA TERENULUI DE JOC. ACEŞTI „BĂIEŢAŞI DE CARTIER” NU AU MAI PUŢINĂ SALIVĂ DECÂT BOGĂTANUL DE PE MARILE BULEVARDE. ASTA-I REVANŞA LOR! LA FEL ŞI FATA CARE RÂDE FOARTE TARE ÎN AVION VRÂND SĂ-L SEDUCĂ PE UN TIP CARE OCUPĂ DOUĂ locuri. „şi ce? mă doare la bască!”

Aceşti dezinhibaţi, înţoliţi *Friday wear* pe toată săptămâna, au efecte perverse care trec dincolo de vestimentar şi ne îmbibă comportamentul. Aşa este cazul angajatului unui serviciu postvânzări, care, foarte drăguţ, telefonează ca să te avertizeze că reparaţia promisă... nu se va face. De ce? „Colegul responsabil cu acest material e

în concediu medical." Sinceritatea devine familiaritate. Odinioară, dintr-un reflex convențional de jenă, angajatul ar fi invocat rațiuni strategice, materiale de verificat, ar fi jucat pe cartea afacerilor, s-ar fi disimulat în spatele unei răceli administrative destinate să alunge orice corporalitate. Azi ne mulțumim să jucăm pe cartea sentimentului, se face apel la pathos. Iată şi cazul secretarului unei mari administrații, care, incapabil să-i facă legătura interlocutorului (chiar directorul întreprinderii) cu corespondentul său, se scuză (fără să roage să fie scuzat) cu o frază care te lasă fără replică: „Nu mă pricep, iar colegul meu este la toaletă."

Picioare şi mâini

„Sunt în favoarea cutumei care cere ca un bărbat să sărute mâna unei femei atunci când o vede prima dată. Trebuie desigur să începi de undeva."

Sacha Guitry, *Jusqu'aî nouvel ordre* (1913)

Nu se obişnuieşte să vorbeşti cu mâinile. Cu atât mai puțin cu picioarele. Strâmbatul din nas poate fi luat drept şic: vorbeşti pe nas şi nu mai ții seama de funcția lui olfactivă. Nu mai simți nici un miros, mai ales pe cel al propriilor picioare. Să comanzi picioare de porc fripte[1] nu e întotdeauna un semn de rafinament. Oamenii mai naivi îşi imaginează că italienii dau mult din mâini când vorbesc. Nu e vulgar, ci pitoresc, excesiv, aşa cum şi vinul lor are prea mult alcool şi fetele lor sunt prea vioaie, iar răufăcătorii prea cruzi. Sunt *troppo*. Prea multă expresivitate devalorizează. Prin urmare, vulgaritatea care

1 *În fr. pieds paquet – picioare de porc, vită sau miel gătite, delicatesă a bucătăriei franțuzeşti (n. tr.).*

transpiră e marcată de pecetea populară. Regele e temperat, valeții sunt lac de sudoare. Slugoii, soldățoii - bădărani cărora le place să-şi lungească gâtul fără să ajungă niciodată la înălțimea oamenilor de condiție bună. „Am nişte picioare aşa de frumoase că poți să spui că sunt mâini" spunea A.C., ale cărui picioare erau, într-adevăr, nişte minunății de sidef. Picioarele curate, nemurdărite, au parfum de sfințenie. Picioarele de rând sunt supuse oprobriului. Vulgarității îi put picioarele.

O cafenea foarte „boemă" din al 14-lea arondisment: o fată de douăzeci de ani, sublimă, intră şi se aşază la o masă. Cu toate că sunt pe cale să ațipesc, nu mă pot abține să n-o privesc. E captivantă: gesturi senzuale, tenul luminos, buze cărnoase, păr nearanjat prins în coadă. Colac peste pupăză, lesbiană. Deodată telefonul scoate o sonerie stridentă. Îl desface, vorbeşte tare, repede şi mult, repetă de cincisprezece ori aceleaşi cuvinte şi pronunță tare ca să audă toată asistența: „Ba nu, fiindcă o să întârzii şi trebuie să trec din nou pe la mine să îmi epilez chestia."

Distincție

Vulgaritatea înseamnă circuit. În vreme ce distincția stă la locul ei în ierarhia socială, vulgaritatea rătăceşte dintr-o parte într-alta. Când te crezi distins, nu poți să spui că eşti vulgar. Numai un dandy îşi poate permite o asemenea autodepreciere. Căderea lui ține de naufragiu... Într-o seară ne-am intersectat cu un tip pe care toată lumea îl prezenta drept „moştenitorul *Bolero*-ului lui Ravel". Până şi decăderea lui avea clasă. Sau cazul lui

Gainsbourg[1], care dădea foc unui cec de bancă gras în fața camerelor de luat vederi. Vulgar, dar dandy.

ÎN SCHIMB, DESPRE UN ALTUL E UŞOR SĂ SPUI CĂ E ŞIC, ARE CLASĂ SAU CĂ E VULGAR. ERA O VREME CÂND SE SPUNEA MAI ALES „SNOB", „FIGURANT", DAR „DISTINS" NU ERA NICIDECUM O JIGNIRE. OAMENII AVEAU GROAZĂ NU ATÂT DE ALTITUDINEA SOCIALĂ, CÂT DE TENTATIVA FRAUDULOASĂ A UNUI X-ULESCU DE A VREA SĂ PARĂ BOGAT CÂND E CAM DISTRUS. CÂND „TE ÎNTINZI MAI MULT DECÂT ȚI-E PLAPUMA" PLĂTEŞTI ÎN CELE DIN URMĂ. ÎN SPATELE INVECTIVEI „FIGURANT" SE ASCUNDE ÎNTOTDEAUNA CEVA PROZAIC DE GENUL „TE-AM GINIT, AMĂRÂTULE!" ESTE REVANŞA MEDIOCRULUI CU CARE „NU-ȚI MERGE UŞOR".

Cel care afişează somptuozitate nu se poartă întotdeauna cu mănuşi fine. În registrul dandismului, vulgaritatea se produce şi adesea ai de-a face cu brutele. Un exemplu clasic e acel „Băi, moace de proletari!", trimis de un meloman de la parter către spectatorii de la balcon în timpul unui spectacol de operă. De la operă la operetă e aceeaşi distanță ca aceea dintre castel şi conac, dintre casa de aristocrat şi vilişoară. Întotdeauna se ascunde în lojă câte un snob căruia trebuie să-i dai de înțeles că „nu are ce căuta acolo". Pentru sărac umilirea e fiica vulgarității.

— NICI NU-ȚI POT SPUNE CE RUŞINE MI-ERA CÂND VENEA MAICĂ-MEA SĂ MĂ CAUTE LA ŞCOALĂ, CU SCHIURILE PE CAPOTA MAŞINII, CA SĂ FACEM SPORT!

— Ruşine? Dar sporturile de iarnă nu prea erau la îndemâna tuturor în vremea aceea.

---

1 *Serge Gainsbourg (1928–1991), poet, compozitor, regizor şi actor francez. A dat foc în direct unui cec de cinci sute de franci, ca protest împotriva impozitelor mari (n. tr.).*

— Nu pricepi? Dacă aveam schiurile pe capota maşinii, însemna că nu aveam cabană ca să le lăsăm înăuntru!

3.Vulgaritelă

Văzut la televizor

Există vreo expresie mai vulgară, un rezumat mai concis a ceea prețuieşte epoca noastră? „Văzut la televizor" sună ca din topor. Este în acelaşi timp dovada succesului popular, speranța cu greu disimulată a unor venituri considerabile, fabrica de câştiguri. Dar (ştim de la Proust că un „dar" înseamnă adesea „prin urmare") este şi un stigmat, o pată de neşters, o ştampilă anticultură. La ceasul când toată lumea poate apărea la televizor, la radio („Frizerul meu s-a făcut VIP") efectul televiziunii s-a şters. Acum cincisprezece ani ne cuprindea emoția când un prieten, o cunoştință sau un vecin ajungea pe ecran. Intram la noi în grabă şi acolo, în grup - copii, părinți, vecini - aşteptam apariția supranaturală a lui X sau Y. „Îl cunosc!" Azi nimeni nu mai dă un ban pe aşa ceva! Prea multe emisiuni, talk-show-uri, mărturii, interviuri radio pe trotuar, sondaje făcute din zbor. Delarue[1] e pe la toate colțurile de stradă... Rezultatul? Un ramolisment teribil. „Vai! Te-am recunoscut la TV! - Şi ce ziceam? - Ei... nu mai țin minte, dar te-am auzit." Cu asta s-a spus tot! La TV.

Interviu sado-maso

NU E NICI O MARE DESCOPERIRE FAPTUL CĂ RAPORTUL DINTRE INTERVIEVATOR ŞI INTERVIEVAT, DINTRE ZIARIST ŞI „SUBIECTUL" LUI ȚINE DE SADO-MASOCHISM. ÎN PRINCIPIU, CEL CARE PUNE ÎNTREBĂRI AR TREBUI SĂ RĂMÂNĂ MODEST, APROAPE DE

1 *Jean-Luc Delarue, animator TV (n. tr.).*

ANONIMAT, SĂ DISPARĂ ÎN FAŢA „PERSONALITĂŢII” PE CARE O ARE ÎN FAŢĂ. NUMAI CĂ IATĂ! S-A AJUNS CA TELEVIZIUNEA SĂŞI FABRICE PROPRIILE STARURI ŞI CA UN PPDA[1] SĂ FACĂ FIGURI ÎN FAŢA UNUI MINISTRU. SPRE DEOSEBIRE DE OMUL POLITIC, EL ESTE INAMOVIBIL. FĂRĂ SĂ SE UMFLE ÎN PENE CU PUTEREA LUI, ORICE ZIARIST ARE TRECERE ÎN FAŢA „ALTUIA”, FIINDCĂ ŞTIE, DACĂ E NEVOIE, „SĂ-L ARDĂ PE LA SPATE”. DE FAPT LA AŞA CEVA SE AJUNGE ARAREORI. AUTOCENZURA ESTE UN REGULATOR PUTERNIC, IAR ONOAREA RĂMÂNE INTACTĂ, DAR DACĂ AR VREA ZIARISTUL... BREF, NU SE MAI ŞTIE CINE PE CINE CONDUCE. ÎN ACEST TRIUMF AL INDISTINCŢIEI, FIECARE ARE VOCAŢIA DE A RIVALIZA CU TOŢI. TOATE FUNCŢIILE, TOATE POZIŢIILE SUNT SOCOTITE EGALE FIINDCĂ TOATE SUNT „CETĂŢENEŞTI”. CONSECINŢA E CĂ DACĂ UN COMENTATOR ÎL TRATEAZĂ PE ALESUL POLITIC LA FEL CA PE CÂNTĂREŢ, PE CÂNTĂREŢ CA PE FILOSOF, ATUNCI CÂND COMENTATORII IAU LOCUL EXPERŢILOR NE AMENINŢĂ MONOTONIA. CA SĂ SCAPE DE EA, FIECARE CAUTĂ SĂ SE DIFERENŢIEZE. SINGURA METODĂ E O ATITUDINE EXASPERANTĂ PROPRIE. ÎN ACEASTĂ MUTARE DE ACCENT INTERVINE VULGARITATEA IMPUSĂ DE TELEVIZIUNE. AICI SE AFLĂ PRINCIPIUL TUTUROR DROGURILOR: SĂ CERI DE LA CEI CARE LE CONSUMĂ SĂ CONSUME TOT MAI MULT. EFECT JEAN-MICHEL JARRE, CANTITATE MAI DEGRABĂ DECÂT CALITATE. TELESPECTATORUL „DEPENDENT” DE ECRAN „VREA SĂ VADĂ CEVA CE MERITĂ BANII”. EL E MARELE PERDANT, EXCLUS DIN SALOANELE VIP-URILOR, ÎNECAT ÎN NAIVITATEA POPULARĂ, DAR POATE TOT TIMPUL SĂ SE FELICITE CĂ DE DATA ASTA „NU ŞI-AU BĂTUT JOC DE EL PE STICLĂ”. SE ÎNTÂMPLĂ AŞA DE

1 *Porecla lui Patrick Poivre d’Arvor, prezentator la TF1 (n. tr.).*

RAR! PRIN URMARE CLIENTELA TREBUIE SATISFĂCUTĂ ŞI PENTRU ASTA SE PUN ÎN MIŞCARE PERSONALUL TELEVIZIUNILOR, CASE DE PRODUCȚIE ŞI MAŞINIŞTI. TOȚI SUNT AFECTAȚI DE SINDROMUL TV CARE-I OBLIGĂ SĂ FIE ÎN PRIZĂ 200% CÂND SE DESCHID CAMERELE. AŞA-I LA ANTENĂ, TREBUIE SĂ AI VITEZĂ, TOCMAI ÎN DETRIMENTUL FONDULUI, ZDROBIT ÎN MOD CONSTANT DE CĂTRE FORMĂ.

Dispariția oricărei conveniențe din vechime, a oricărei preeminențe - cu excepția câtorva indivizi ce nu pot fi atinşi, de tipul abatelui Pierre sau Bernadettei Chirac, primită de un Michel Drucker sau un Marc-Olivier Fogiel debordând de deferență bonomă - şi „nivelarea" în sânul confuziei generale au făcut ca astăzi oricare invitat să fie tratat mai întâi ca un duşman. Ca să menținem audiența la cote înalte trebuie să curgă sânge. Atunci îl şocăm pe invitat, îl ultragiem ca să dea ce e mai bun din el, ca să fie „autentic". Vai, ce oribil dictat al realului!

Michel Rocard, dacă ne amintim de el, fusese somat de Thierry Ardisson să se pronunțe asupra trabucului pe care i l-a oferit Monica Lewinsky lui Bill Clinton. Cazul lui este emblematic pentru cele o mie şi una de derapaje controlate ale telepubelei.

Dispariția aparentă a oricărei ierarhii între invitați, omniprezența acceptată a unei televiziuni sadice purtate pe culmi de „Veriga slabă" unde prezentatoarea Laurence Boccolini insulta, umilea concurenții reuniți pe platou, fapt care-i lăsa nepăsători pe aceştia (fără îndoială, asta era tot ce putea fi mai rău), stilul Fogiel[1] cu nesimțire deliberată, iată ce irigă *rendez-vous*-urile şi alte talk-show-uri torențiale. Nesimțirea relaxată parazitează toate domeniile - iată cum de a putut Guillaume Durand de-a

1 *Marc-Olivier Fogiel, animator şi producător de emisiuni TV (n. tr.).*

lungul emisiunilor lui literare să se adreseze autorilor invitați vorbindu-le despre „hârțoagele" lor.

VOINȚA DE A UCIDE ÎN FAȘĂ ORICE POSIBILITATE DE A ZAPA, PE CARE TOTUȘI NULITATEA GENERALĂ A PROGRAMELOR AR RECLAMA-O, A IMPUS ADOPTAREA UNUI RITM STIL MITRALIERĂ ÎN TOATE EMISIUNILE. RESPONSABILUL UNUI PARTID POLITIC PRIMEȘTE CU GREU MAI MULT TIMP DE VORBIT DECÂT CEL CERUT DE SCLIFOSEALA UNUI TOP-MODEL. ASTA SE CHEAMĂ DEMOCRAȚIE EGALITARĂ.

Patinând pe această stare de fapt, televiziunea generează un microclimat care vrea ca avertismentul de furtună să fie permanent. Fiindcă telespectatorii au înghițit ideea că nu poți să te uiți la TV fără să „decartezi", animatorii exagerează în repulsiv și în grețos. În consecință, ceea ce altădată era culmea rebeliunii literare - să te ridici și să părăsești platoul, act de o impolitețe extremă - s-a preschimbat astăzi în parodie, în truism. Acțiunea excepțională al cărei model rămâne scriitorul Maurice Clavel [1], autor al replicii consacrate „Stimați cenzori, noapte bună!", nu mai este astăzi decât o șarjă de umor banal. Avem o veritabilă defilare de dezertori, de scaune răsturnate, de izbucniri vocale, de microfoane împinse cu putere, de posturi indignate, dar pentru emisiuni e chiar un plus fiindcă devin și mai animate.

Fiindcă toți trag cu gloanțele în orice colț al terenului, fiindcă nimeni nu se mai controlează, ci se relaxează, se lasă dus de mișcările umorale, fiecare crede că e îndreptățit să-și încalce cuvântul. Victimizat, invitatul are toate drepturile. Nu i s-a arătat respect? A tăiat-o! E cu atât mai simplu cu cât acum platourile de televiziune sunt

1 *Pe 13 decembrie 1971, scriitorul și ziaristul Maurice Clavel, considerându-se victima unui act de cenzură din partea televiziunii franceze, părăsește platoul emisiunii À armes egales în care îl avea ca partener de discuție pe Jean Royer, primarul din Tours.*

ocupate de o grămadă de invitați - o măsură de precauție, fără îndoială. Dacă te pricepi la revolte programate e mai bine să umpli dinainte sala cu mobilă. Odinioară, când unicul invitat era sub aşteptări trebuia să ții timpul de antenă dând dovadă de un profesionalism de primă clasă; astăzi va rămâne întotdeauna un mic grup care să comenteze incidentul, să alcătuiască inima dezbaterii. Un client pierdut, un subiect găsit! Iar toate astea pentru ca animatorul să fie în *prime time* la următoarea emisiune „Zapping" de pe Canal+, barometrul succesului. Televiziunea e o vacă de muls cu uşi turnante la intrare. Platourile sunt ticsite de invitați şi, când unul dintre ei cade, iese din umbră un altul. Cu ce avem cu aia defilăm!

Opera

Nici un teritoriu nu mai scapă excesului umoral, nici măcar opera. Vulgaritatea atitudinilor de televiziune se regăseşte astfel în sânul acestui *nec plus ultra* al eleganței odată cu pretenția deranjantă ca în templul excesului, opera, să se renunțe la excesul umoral. Jocul democratic scenă-sală se vede astfel amenințat. Scala din Milano se contaminează, iar vocalizele încep să piardă teren în fața răgetelor.

În decembrie 2006, tenorul Roberto Alagna părăseşte huiduit scena Scalei, în plină reprezentație a *Aidei* lui Verdi. E prea de tot. Clachează. Totuşi cafteala la operă, comportamentul de birjar, tropăitul şi fluieratul sunt o tradiție. Faci pe vulgarul fiindcă este şic, te porți teatral ca un „proletar"; atras de mocirlă aşa cum te-atrage Jean Genet[1], joci rolul de golan, puşcăriaş, pederast cu inimă de aur... Dar iată că interpretul nostru nu vede lucrurile în

1 *Dramaturgul Jean Genet, cunoscut pentru trecutul său deocheat, de puşcăriaş şi homosexual (n. tr.).*

felul acesta. Împins la capătul răbdărilor, se evaporă. Părăseşte scena în plin spectacol. Un mic tur prin culise, câteva clipe de reflecţie şi iată-l înapoi. Prea târziu. Dublura lui l-a înlocuit. E pe scenă, îmbrăcat în blugi. Cortina.

Prin gestul său exploziv, tenorul care credea că păşeşte în tragedie se prăbuşeşte în comedie. El îşi ocupă locul în cohorta din ce în ce mai deasă de invitaţi care, participând pe la diverse emisiuni, se decid să părăsească dintr-odată platoul, exasperaţi de lipsa de respect. Desigur şi Callas părăsise scena pe 2 ianuarie 1958 în timpul unei reprezentaţii de operă la Roma, iar afacerea îi lăsase muţi pe *aficionados*[1]. Diferenţa: astăzi aşa ceva nu mai e de ajuns ca să îi reducă la tăcere.

Presă

Există efecte în lanţ. În fiecare săptămână hebdomadarele de televiziune prezintă câte o tânără femeie (bărbaţi mai rar) ale cărei chip şi nume sunt o enigmă pentru cel care nu stă lipit cu scotch de ecran. Notorietatea a devenit o sită fără cernere. Nimic nu trece, totul se înghesuie. Toţi pe scenă. Absenţa dezbaterilor credibile a lăsat uşa larg deschisă falselor controverse. Promovarea imbecililor este permanentă, efectul de Academie a Vedetelor se proliferează. „Războaiele verii" titra *Tele7 jours*[2] şi, pentru a-şi baza spusele, avea ca subtitlu „TF1, France 2 şi acum M6". Trei fete în profil, cu atitudine provocatoare: Claire Keim, Corinne Touzet şi Delphine Chaneac. Recunoaşteţi că bătălia asta avea nevoie de o plapumă!

---

1 *Lb. sp. „fani" (n. tr.).*

2 *Numărul 2388, 4–10 martie 2006.*

Totuşi ar fi greşit să ne plângem că pe frontonul chioşcurilor de ziare s-au ivit jurnalele unor făpturi lipsite de interes, jurnale fără valoare şi sortite unei dispariţii neîntârziate. Am cunoscut lucruri mai rele în materie de confuzie a genurilor. Cum să nu fii consternat de punerea lui Nelson Mandela pe revista *Vogue* acum câţiva ani? Să ni-l imaginăm pentru o clipă pe deţinutul din Robben Island gândindu-se că într-o zi, graţie tenacităţii (sunt totuşi douăzeci şi şapte de ani de închisoare), va apărea într-un număr din *Vogue*, la fel ca Martin Scorsese sau Bjork! Absurditatea se întrece cu ruşinea şi ruşinea cu înmărmurirea. Iată vulgaritatea afişată, amestecul de sus şi jos, omul rezistenţei promovat la rangul de vedetă a lunii, eroul luptei contra apartheidului pe coperta unei reviste şic şi în tendinţe. Acest tupeu jurnalistic a dat lovitura doar pentru prima oară fiindcă anul viitor Dalai-lama va fi capul de afiş al unui promo de acelaşi gen! Gluma e că, în continuare, aceleaşi pagini se apleacă asupra lui Olivier Besancenot [1], fiara la modă. Pasul dincolo de limita vulgarului a fost făcut. Se produce o dezagregare care face din fiinţele de excepţie nişte *ultrapeople*, care reduce etica unei vieţi la o performanţă. După un sfert de secol, Mandela e încă vivace, indestructibil ca Rolling Stones, popular, dar cu întrebuinţare limitată. Termenul expirării: treizeci de zile.

Fiindcă exprimă opinii, presa e suspectă de vulgaritate. Dezvoltarea „rubricizării" pulverizate, multiplicarea articolelor succinte, a ştirilor pe scurt, şocante, servite în culori, presărate cu fotografii pretins „surprinse", înceţoşate, luate cu teleobiectivul ca să întărească efectul „paparazzi", totul contribuie pentru a

1 *Tânăr politician de extremă stângă, socialist-revoluţionară. A candidat la alegerile prezidenţiale din 2002 şi din 2007 din Franţa şi a obţinut 4,25%, respectiv 4,08% din voturile exprimate (n. tr.).*

face din presă „fițuica” atât de des denunțată. Obiectivul declarat de către toți directorii de ziare şi de ilustratorii acestora era totuşi de a facilita lectura, de a face informația accesibilă, pentru ochiul simplu. Dar rezultatul este invers: confuzie, pierdere a reperelor, dispariția oricărei ierarhii alta decât „poporul”, „poporul” şi iarăşi „poporul”. Sub acoperirea corectitudinii antipolitice, rețetă de tartă cu cremă pentru rebeliunile la indigo, diversele straturi sociale au trecut prin mixer. Totul merge, iată ideea. Singurul criteriu de selecție: vizualul. Fără o imagine bună nu există ştire. Presa franceză s-a dedat adesea metodei englezeşti care constă în a pune pe pagina a doua sau a treia femeia zilei, despuiată, cu pieptul în afară. Dar rețeta merge prost la francezi. Noi nu ne dăm în vânt după expoziția porno soft, ci după bârfa murdară. Emisiunile de televiziune inspirate din „Loft” [1] au contaminat presa scrisă. Imaginea-adevăr, imaginea nudă, intimitatea sustrasă, starul de cinema cu burta la gură, fata drăguță cu soneria de ceas, cu paharul ei de suc de portocale stoarse, demachiată, hirsută, top-modelul ieşind din WC, toate acestea înfloresc în prezent în reviste. Recursul sistematic la culorile primare, un pic şterse, albastru, roşu, galben, mult galben, culoare peiorativă în Occident şi larg nuanțată tocmai din acest motiv, i-aduce pe cititori într-un stadiu infantil. Paginile au alură de cofetărie în vrac. Cofetăria este mama confuziei. Totul este chimic. La fel cum imaginile din „Loft” sunt subtitrate pentru ca spectatorul să înțeleagă bine ceea ce priveşte, gen „Samantha şi Jessica discută despre coafura lui Cyril”, la fel cum France Info a sistematizat reportajul tocat mărunt - „Anunț: în Marea Britanie unii au decis să revină în anul acesta în ciuda timpului nefavorabil” sau lansare intempestivă de genul „Tuturor ne place în Marea Britanie!

1 *Emisiune de televiziune de tip Big Brother (n. tr.).*

Chiar şi când plouă ne petrecem aici concediile, încălțați cu cizme" - ei bine, în acelaşi fel presa subliniază cu scris mare fluorescent ceea ce trebuie să vedem, să privim şi chiar să citim. Recursul la carne este sistematic; ni se atrage atenția asupra celor două mâini care se strâng, asupra fermoarului deschis, asupra sânului care țâşneşte din corsaj. Merge repede, prinde. Totul se livrează cu semn de exclamare. Uită-te aici! Uită-te dincolo! Peste tot.

Lansarea la 30 martie 2006 a revistei GUTS[1] cu un Cauet drept muză, meşter la cârmă şi mare idol, a consacrat emergența produselor informative de proastă calitate ieşite din spectacolul televizat aplecat asupra unei personalități. La început spectatorii şi cititorii au fost integrați cu forța într-o familie. Se renunță la numele de familie, se face loc prenumelor. Te pui cu Cauet? Tratați cu simpatie ca nişte apropiați, aceşti „francezi" sunt la fel ca şi toți ceilalți reduşi la un „eşantion", chemați să poarte lanțul întrebărilor în programele candidaților la alegerile prezidențiale: „Da, şi acum o întrebare de la Bernard despre retragerea... şi în continuare va fi rândul Jacquelinei"... *GUTS*, al cărei public-țintă era definit ca „masculin, sexy, liceean", era acompaniată de o profesiune de credință care prevedea că apariția noii reviste avea ca scop „să sugereze tinerilor puncte de reper", „oferind o lectură snack". Eşti de-a dreptul stupefiat în fața unei informații vândute ca biscuiții la aperitiv! Limbă de lemn cu rezonanțe: „Fiecare număr debutează printr-un interviu realizat «în stilul său inimitabil» (sic!) de către Cauet. Poporul, sportul etc., vor trece toți prin mâinile lui... Şi în mod sigur nu e întâmplător că a ales să înceapă cu Victoria Silvstedt şi Carmen Electra!" decreta teasing-ul. Doar că aceste două tinere fermecătoare pe care le-am

1 *Revistă erotică franceză; Sébastien Cauet este animator şi producător TV (n. tr.).*

putea califica drept „curve", fiindcă s-au livrat ca atare, sunt necunoscute plebei - o aşa concepție despre interviu nu ne va reda încrederea într-o presă aflată în agonie. Iată cum invadează universul stilul *gossip*, amintindu-ne cu cruzime de cuvântul lui Paul Claudel: „Important este nu să faci bine pe pământ, ci să împiedici ca răul să-l depăşească." Mă tem că lupta e pierdută, e prea târziu. Iată revista *Public* care oferă cititorilor următoarea secvență: „Salut bârfitorilor!" şi „Salut de bârfitor!"…

Aşa-zisa presă de „referință" nu scapă de degringoladă. Marile reviste de ieri au îngenuncheat. Când directorul general al LVMH, Bernard Arnault, celebrează căsătoria fiicei lui mobilizând pagini peste pagini din *Paris-Match*, când Bernard-Henri Levy, remarcabil de altfel prin denunțarea genocidului de la Darfour, apare pe o pagină dublă a aceleiaşi reviste într-o fotografie construită magnific, în costum, flancat de un combatant în uniformă şi înarmat cu mitralieră, aşezat pe capota unui Jeep, avem deja un exces de regie. Este un exces de planificare, un mediu care devine mesaj, cum spunea MacLuhan, iar mesajul e din ce în ce mai grosolan. Ne explodează drept în față.

Apariția pe piață a unei prese gratuite - o expresie improprie - a confirmat ipoteza unei prese pe bani care nu valorează mare lucru. În cazul acesta e clar, nu valorează mai nimic. Finanțate de publicitate, distribuite cu titlul de prospecte, frunzărite şi aruncate la coşul de gunoi, reviste gen Meîtro, *20 minutes* şi *Direct Soir* iau parte la asasinatul informației scrise. E posibil ca aceste cotidiene să devină jurnale excelente. Lumea de mâine va fi probabil una a gratuității, dar pe moment afirmația e mai mult decât atenuată. Dacă vorbim de vulgaritate, ea constă aici în a crede că a plăti şi a lua ar fi sinonime şi că cel mai mic efort ar echivala cu angajamentul. Nu! A cumpăra un ziar şi a-l apuca pe acela care vi se întinde nu duc la acelaşi

raport cu lumea şi cu lectura: Ceea ce ni se întinde ni se aruncă!

Politică

Prin grija pentru dinamism şi pentru deschidere către societatea civilă, stânga a făcut să intre la guvernare un personaj care a umplut repede cronicile: Bernard Tapie. A fost o turnură în politică, fiindcă omul acesta a întreținut în mod constant confuzia referitoare la funcțiile sale, azi om de afaceri, mâine cântăreț, actor de cinema, de teatru, supus unei analize minuțioase, spălat de orice urmă de îndoială, şi apoi supus din nou unei examinări. Cu impertinența sa, cu fața lui de băiat dezghețat din Paris, costum adoptat imediat şi de Jean-Louis Borloo, cu acelaşi aspect şifonat (ai crede că superministrul vrea să reabiliteze vechea figură simpatică de boschetar de pe cheile Senei ori din fața porților de garaj), Tapie prefigura valul Berlusconi. Adică întreținerea opacității între media şi politică. Că Jean-Louis Borloo, ministru, e logodnicul prezentatoarei de jurnale TV Béatrice Schönberg ține de anecdotic (la fel şi faptul că Marie Drucker e prietena lui François Baroin sau Christine Ockrent este logodnica lui Bernard Kouchner). E semnul unei conivențe a mediilor, al existenței rețelelor. Dar Berlusconi e un *network* prin el însuşi! Cioplit ca un etern enoriaş, cu vestoanele lui în carouri, de patron de IMM-uri nou-venit în lumea afacerilor, el cultivă un look apretat mai şic decât al tuturor miniştrilor noştri şifonați şi înfierbântați. Eleganța lui demodată este rodul unei strategii politice care vizează să atragă simpatia clasei de mijloc italiene. Berlusconi se opune vieții burgheze a familei Agnelli, stăpânii Piemontului după Dumnezeu, ai Turinului, ai Fiatului. Vestelor lor din *tweed*, foarte *british*, Berlusconi le opune

hainele lui ieşite din *pressing*. Pliul pantalonilor are rigiditatea caracterului său de fier.

Aparent ţintuit ca un tinerel invitat să participe la o emisiune TV despre „realitate", Berlusconi incarnează majoritatea tăcută, care nu se ofuschează de pătrunderea în sferele puterii a oamenilor de media a căror origine a succeselor rămâne obscură. Fuziunea dintre politică şi spectacol anunţă intrarea lumii occidentale în democraţia televizuală. Au pus politicile mâna pe media precum în Rusia, ori media a pus mâna pe politică precum în Italia? Trăim în era confuziilor. O eră a postdemocraţiei, după cum susţine directorul de la *Monde diplomatique*, Ignacio Ramonet, ca să justifice emisiunile populiste ale preşedintelui venezuelean Hugo Chavez. În cursul acestor maratoane în direct repetate în fiecare duminică, liderul neocastrist discută prin telefon cu cetăţenii şi le rezolvă problemele pe loc. „Tovarăşe ministru al Echipamentelor, să-i trimiteţi trei metri de ţeavă din cauciuc acestei doamne ca să se poată racorda la fântână - Da, tovarăşe Preşedinte!"

Să ne amintim de Valéry Giscard d'Estaing, scriitor ales în Academia Franceză pentru profunzimea romanelor sale libertine, care a fost în Franţa promotorul contactelor „cetăţeneşti": să faci campanie prezidenţială televizată în pulover, să stai aşezat la birou, să mergi pe jos pe Champs-Élysées în seara alegerilor şi mai ales să iei cina la francezii de condiţie medie, micul dejun cu măturătorii şi să asişti la concerte de acordeon. Cu cât eşti mai grosolan, cu atât merge mai bine. Există o vulgaritate de dreapta (Jean-Marie Le Pen, Bruno Mégret, Pierre Poujade, Cid-Unati, Roselyne Bachelot, ecologistul de şoc...) şi o vulgaritate de stânga (Michel Charasse ca ministru de Finanţe mai coluchian decât Coluche [1], Arnaud

1 *Umorist francez cu un repertoriu de glume relativ grosolane.*

Montebourg - falsul aristocrat condescendent - „ce mai faci, dragule?") şi poate şi o vulgaritate centristă. La stânga găseşti aroganța de a fi depozitarul socialului, de a fi cultura, de a avea întotdeauna dreptate, la dreapta - o aroganță a acțiunii, a banului, la centru aroganța fuzională, frământată de morală, de lecții de dat şi de eschive în lanț. Şi, bineînțeles, toate acestea se amestecă în vulgaritatea afacerilor: Alfred Sirven, arestat în cămaşa lui cu carouri, Jean-Christophe Mitterrand, fiul preşedintelui, decăzut, rotofei şi cu bentiță - ce trist!

În timpul ultimei campanii electorale din 2007, era ceva obişnuit să asculți *vox populi* formulând critici dure la adresa personalului nostru politic. Era denunțată în mod constant vulgaritatea argumentelor, a sloganurilor, a micilor fraze polemice. Este adevărat că sărbătorirea alegerii lui Nicolas Sarkozy în cea mai înaltă funcție în stat a surprins pe mai mulți. Trecut de emoția primului discurs şi aflat într-o cursă între vehicule oficiale şi motocicliști cu camere de filmat, îl puteai vedea pe ales luându-şi tălpăşița către hotelul Fouquet's! Bineînțeles, restaurantul acesta celebru avea dublul avantaj de a fi situat la doi paşi de Place de la Concorde şi de a fi cunoscut de toată lumea: *The new French president is meeting with friends at the restaurant Le Fouquet's*, *on the Champs*-Élysees [1], dar totuşi ce spot! Şi ce mai prieteni! Johnny şi logodnica lui, Jean Reno, Christian Clavier. Am auzit chiar un prezentator TV şi animator al dezbaterii de după ieşirea de la urne când îi tăia cuvântul fostului prim-ministru Laurent Fabius, stupefiat: „Vă întrerup, va lua cuvântul Johnny!" Apoi a fost rândul starurilor şi al VIP-urilor să ne facă de ruşine: Mireille Mathieu şi coafura sa castron mai mare ca niciodată, Gilbert Montagne, cântăreții din insule

1 *„Noul preşedinte francez se întâlneşte cu prietenii la restaurantul Le Fouquet's de pe Champs élysées" – în lb. eng. în original (n. tr.).*

şi dansatorii care-şi agitau dosul în umbra pălăriilor din plastic aurit... Vulgaritate sau demodare? Să fie una şi aceeaşi? Vulgaritatea e o nonsofisticărie, un antifarmec? Chiar şi noul ales avea un aer abătut. Promovarea onorurilor oficiale în stilul TV de joasă speță îi suna ca o amenințare. Riscul de a trece cu plugul peste adevărata cultură se simțea în aer.

Mediocrității generale a dezbaterii, absenței ei, discursului şters din cauza temerii ca adversarul să nu instrumentalizeze cea mai mică greşeală, le-a urmat o chermeză. Câştigaseră, deci puteau s-o facă lată! Fără-ndoială, era un exces. Dar pe Sarko îl durea la bască; devenise proprietarul unei bune părți din electoratul lui, ba chiar al adversarilor. Reuşise să şutească pentru el Franța proprietarilor - iată, de fapt, care era vulgaritatea ultimă.

Răcnitul la experți

„Nu mai credem în experți, rezumă Yves Mamou, jurnalist la cotidianul *Le Monde*. Mai întâi pentru că, de exemplu în domeniul medical, aceştia sunt adesea înfeudați marilor laboratoare farmaceutice, ceva cvasiobligatoriu dacă vor să obțină informații. Apoi pentru că şi-au pierdut tot creditul în scandalul cu sângele contaminat."[1] Consecința e că se apelează la oamenii din popor pentru a-i înlocui nu doar pe jurnalişti, ci şi pe ingineri, pe responsabilii sanitari, militari... Pe drumul de la TGV la locul unui „meeting participativ" organizat de Ségolène Royal lumea politică se descarcă în astfel de transmisiuni. Guvernarea bună este cea care ştie să

1 *În Franța, în anii '80, a izbucnit un scandal de proporții, după ce patru mii de persoane au fost infectate din greşeală cu HIV din cauza transfuziilor cu sânge contaminat. Laurent Fabius a compărut în fața justiției, acuzat de omucidere involuntară, dar a fost achitat (n. tr.).*

filtreze dorințele celor de jos. Aşadar jos cu ai noştri experți, vulgari ca totdeauna, fiindcă sunt aureolați de o cunoaştere care-i separă de realitate, afară cu aceşti presupuşi savanți, autoproclamați, membri ai seraiului, ştampilați cu diplomele marilor lor şcoli, recunoscuți cu toții de mediul lor, de rețelele lor, dar mai degrabă dincolo de ele! Noi înşine, interogând un profesionist al presei referitor la ce înseamnă pentru el vulgaritatea, am primit acest răspuns acid: „|ştia scriu un eseu despre vulgaritate şi nici măcar nu ştiu ce e!" Astăzi expertul e suspect, disprețuit, temut. I se ghiceşte prea marea satisfacție de a-şi vântura subiectul de cercetare. Maladie, virus, accidente, catastrofe, sărăcie, toate îi convin. Nenorocirea tuturor e sursa bogăției lui. Iar consecința ei e ştiută: incompetența. „Arhitect: uită tot timpul scara" semnala Flaubert în al său *Dicționar de idei de-a gata*.

Anonimat

Efectele publicității agresive televizuale şi radiofonice, postulatul unui jurnalism aproape de oameni, în care interviul luat pe stradă a devenit ceva aproape ritualic, le-au oferit candidaților un sfert de oră de celebritate. Toată lumea *se* exprimă, dar nimeni nu mai ajunge să vorbească. Nimeni nu mai îndrăzneşte să afirme ceva. „Ca la TV", „ca la France Info" - iată că „se" a devenit o marcă. Cele mai inepte vorbe şi cele mai puțin angajante sunt avansate sub protecția unui scut fonic: celebrul „se zice că" (care l-a înlocuit pe legendarul „vreau să spun"). „Se zice că de aici până la metrou sunt o sută douăzeci de metri", „se zice că ne-au trezit pompierii". De ce această inflație a lui „se zice că"? Fiindcă nimeni nu mai îndrăzneşte să vorbească în nume propriu. „Se" este chipul vulgarității moderne, masca ei. Se pălăvrăgeşte, se exprimă, se spun nimicuri. Se ocupă spațiu. Formulele care îl utilizează sunt

în floare. „Se vorbeşte despre osteoporoză”. „Sunt responsabilă, dar nu sunt vinovată” spusese Georgina Dufoix[1] pe vremea când nu era încă *reborned christian*. Chiar şi mai responsabilă, ar trebui spus acum. E paradoxul unei epoci în care toată lumea trebuie să „gestioneze”, să-şi „asume” ceva. E vorba de aceea „asumare” de care ne vorbeşte Emil Zola, acest celebru acuzator. Dispariția progresivă a subiectului s-a consolidat printr-o succesiune de formule cum ar fi „la nivelul”. „La nivel de poluare problema se agravează” - iată, de exemplu, o expresie care are avantajul că nu acuză pe nimeni. Altceva e să afirmi: „A face reclamă dieselului este criminal pentru că dieselul poluează mai mult decât benzina.” De această dată vinovatul, dieselul, e desemnat. Expresia „se spune” permite evitarea acestei orori de a lua partea cuiva. Iar vulgaritatea constă aici în dezinteresul față de precizie, în refuzul efortului pe care îl solicită verificarea oricărei informații şi întreaga ucenicie întru cunoaştere. Dispariția subiectului şi anonimatul mulțimii. Nu se vorbeşte despre vulgarități scornite „nici nu se ştie de unde”?

Destituirea politicienilor şi jurnaliştilor a dat naştere acestor monştri care sunt eşantioanele de „oameni adevărați”, nişte adunături de falşi naivi şi adevărați idioți. Ceea ce era de resortul argumentării contradictorii a devenit o zeamă searbădă. De fiecare dată parcă se parodiază o conferință de presă a regelui din Maroc. Jurnaliştii, interpuşi printre indivizii X, Y, Z, le pun întrebări de complezență şi nu discută niciodată răspunsul. Dezbatere cu sens unic. Pompă şi dezumflare.

---

1 *Ministrul Afacerilor sociale şi Solidarității naționale între 1984–1986. A fost implicată în scandalul sângelui contaminat şi a fost acuzată în 1993 de uciderea involuntară a trei persoane, dar scoasă de sub urmărire în 1999. Într-o emisiune pe TF1 s-a apărat rostind cuvintele de mai sus. S-a convertit în această perioadă la protestantismul evanghelic (n. tr.).*

Lumea pe dos. Într-o altă epocă, într-un univers despicat în patru de cercetarea universitară în care discursul savant se învăluia în meandrele concretului, în care vorba sociologilor „totul se petrece ca şi cum" se apropia şi se împletea cu „probabil s-ar putea spune" tipică antropologilor, iată apariția ca un cataclism a noilor filosofi de la 1976. Purtați de indignarea izvorâtă din revelațiile lui Soljenițîn, gânditorii îndrăzneau dintr-odată să afirme, să etaleze opinii, să se ralieze, să se indigneze. Vorbe precum „Eu spun că…", „Eu cred că…" țâşneau ici-acolo din gura unui Bernard-Henri Lévy, a unui André Glucksmann, a unui Jean-Paul Dollé. Desigur, se putea vedea naşterea unui nu-ştiu-ce-fără-de-jenă în gândire. Unui soi de dat în spectacol al conceptelor. Era chiar miza din acele vremuri. Calea era pregătită. Şi vremea gândirii-spectacol. De atunci ea a găsit un teren în expansiune prin cafenelele *filo* unde se soarbe până la îmbuibare solilocviul. Apoi inflamarea s-a curățat şi tot ce a mai rămas, cu mici excepții, e postura lipsită de gândire, rumoarea expectorată de *vox populi*, jurnalişti şi intervievați. Totul se petrece ca şi cum gândirea nu ar țâşni din capete, ci din trotuare. „Socrate, fraiere!" vorba poetului protestatar Grand Corps Malade.

Popor

Mai dură e căderea. Celebritatea e o cale abruptă, prăpăstii ne aşteaptă la orice pas greşit. Fiindcă poartă în sine pierzania, notorietatea (ca şi sănătatea) e o stare în care nu se presimte nimic bun. Să o chemi, să ieşi în față, să vorbeşti prea tare, să te dai în spectacol, să atragi paparazzi… iată ce te poate catapulta deasupra semenilor, iată şi ce te poate declasa pe veci. Poporul e invidios,

Poporul nu iubeşte poporul[1], proclama eseul lui Kouakou Ghabi Kouakou despre Coasta de Azur din vremea războiului civil. Remarca e valabilă pe toate continentele. Relele apucături ale celui ce crapă de gelozie sunt un jar mocnind. Şi aşa cum în societate se accelerează ritmul popularizării, tot aici se produc şi anticorpii, dezgustul de dependență. Celebrităţile se succed, se vânează una pe alta. Formula lui Andy Warhol despre sfertul de oră de celebritate generală devenit realitate pentru toți cei pe care societatea îi alege în cascadă. Pentru toți ceilalți, pe care eseurile şi romanele recente îi numesc invizibili, rămâne ca de obicei: „Nu, domnule, în seara aceasta nu este posibil. Este o serată privată." Reveniți.

Showbizul a ieşit la interval. Buum! Mulți nu sunt decât nişte figuranți de operetă, carne de tun. Sunt vulgari de atâta lăudăroşenie, de speranțe deşarte, de umflare derizorie în pene. Răspund la toate interviurile, sunt gura spartă a presei. Plebe bună să umple golul pe o pagină. Celebrităţile acestea nu au nimic de zis, dar sunt interogate despre tot. Nu-i nimic. Ei sunt halebardierii presei moderne. Jurnalul de duminică, revistele, France Info îi scot ca rufele la zvântat. Oamenii adevărați, cercurile exclusiviste, VIP-urile, vedetele, personalităţile sunt în altă parte. Te ciocneşti de ei la festivaluri, îi vezi alunecând pe mochetele moi din holurile hotelurilor, folosind permisul de trecere la ieşirea din aeroporturi, aşteptați, doriți, celebrați în marile restaurante. Desigur, elitismul mult promis este adumbrit un pic de frecvența cu care companiile care investesc ca sponsori în susținerea evenimentelor îşi asigură protejații de caracterul „exclusiv" a ceea ce au convenit cu ei: călătorie de presă, vernisaj, vitrine cu artişti în promo, vânzări private… Înşelătoria

1 *Kouakou Ghabi Kouakou, Le peuple n'aime pas le peuple, Gallimard, Paris, 2006.*

acestor „bune relații” cu inițiații îndură asaltul masificării. Peste tot găseşti ceea ce exclude, nicăieri ceea ce include. Totul e suprafață şi decorul se şterge cu buretele sau cu jetul, cu un Kärcher, ca o pânză ceruită. Michel Lang îşi intitulase deja în 1980 unul dintre filme *Toți sunt vedete*, adică vedete măsluite, de mâna a doua.

Astăzi, la braseria Lipp din intersecția Saint-Germain, se regăsesc la aceeaşi masă pentru a dejuna ființe care nu ar fi trebuit să se întâlnească acolo niciodată, regizorul Claude Lanzmann şi un erzaț tip Ophélie Winter, de pildă. „Frumoasa şi bestia”, iar acum bestia şi bestia. Iată vulgaritatea nivelării ce dezvăluie concupiscența intelectualilor care „s-au ajuns”. După ce ai trecut peste un anumit prag de notorietate şi de colesterol, vulgaritatea rimează cu sexualitatea. Aşa se face că în numărul din 13 noiembrie 2006 al revistei *Gala*, Patrick Roman, autorul *Generațiilor* şi talentatul documentarist pe care îl ştim, face obiectul unui reportaj „love” unde pozează alături de soția sa, actrița Florence Pernel. Teamă mi-e că din toată cariera lui doar biografia lui Yves Montand rămâne, iar din această biografie plină de amintiri şi de perspective politice doar partea cea mai showbiz. Aceasta este o eră a confuziei în care gânditorii cufundați în *People* nu mai au nevoie de onorurile presei decât ca să-şi facă din existență un romanț pe hârtie!

„Desigur, era o vreme, zice comediantul Vincent Lindon, când eram un pic mai reținuți. Acum, gata! Ne-am dat drumul din toate părțile! Pe ăia care se pricepeau să exercite o meserie de excepție - politicieni, actori, Blum, Gaulle, Mendes France sau Jouvet şi Blier - i-am înlocuit cu indivizi gen Depardieu, odinioară uriaşi, astăzi actori de seriale TV.” Fireşte că ne putem uita la *Regii blestemați*, dar putem face asta fără să blestemăm epoca în care se plânge şi se îngrețoşează o Jeanne Moreau, cu liftingul ei de coşmar? Îți dau dureri de cap nulitatea cinematografică

şi o cadenţă a înlănţuirii planurilor ca în acele clipuri sau flash-uri prăfuite gen „France Info”. În acest serial, semnat de impresionanta şi excentrica... Josée Dayan, costumul roşu ţipător al lui Philippe Torreton avea izul incitant al unei reclame subliminale la... sos tabasco. Oricât de medieval ar fi vrut să fie, *curtenesc* era mult spus.

Pathos

Statutul de „vedetă” populară nu e posibil astăzi fără eliberarea pathosului. E nevoie de expunerea pe tavă a sentimentelor. Vulgaritatea epocii noastre îşi găseşte terenul de expansiune tocmai prin abolirea limitelor teritoriale dintre sfera publică şi cea privată. Nenumărate sunt ticurile care exprimă această deplasare şi o susţin. Când un *star* îşi pierde tatăl, se repetă până la saţietate că „Duchmol şi-a pierdut tăticul”. Pe pliantul campaniei electorale pentru legislativele din 2007, deputatul socialist al celui de-al 13-lea arondisment, Serge Blisko, pozează alături de locţiitoarea lui. La el putem citi: „tată al unui fiu”, la ea „mamă a unui băieţel”. De fapt, nici o categorie a societăţii nu e mai cocoloşită de această familiaritate de divan. Un incident la masă în timpul unui prânz de familie la restaurant şi chelnerul se şi grăbeşte să întrebe: „Este vreo problemă cu farfuria tăticului dumneavoastră?” Contează doar să stai în pătuţul de nani, să nu mai vezi ceea ce este simbolic, să-l înlături din nevoia de a percepe doar ce e intim. „Am miliarde de defecte, dar sunt întreg” spune animatorul umorist Patrick Sebastien. *Le Parisien* din 23 octombrie 2005 plasează acest citat peste un altul, propriu. Cum să nu sesizezi sub mărturisirea tandră moliciunea vulgară a intenţionalităţii mascate de mesaj? Maniera aceasta de a acţiona pe ascuns, de a vorbi cu jumătate de gură pentru a tăinui manevra - iată vulgaritatea în acţiune. Bineînţeles, dacă mesajul prinde,

dacă e luat la primul nivel, vulgaritatea procedeului va fi imperceptibilă, dar e de ajuns ca un lucru mic să sugereze calculul şi s-a dus de râpă. Iat-o pe Paris Hilton, moştenitoarea lanțului de hoteluri, icoană a vulgarității numai plete şi sâni pentru toată lumea, cu căpățâna aurită, silabisind presei: „Acum cânt pentru că vreau să dăruiesc publicului ceea ce mi-a dat." La fel şi altă actriță care, plină de emoție, ne trimite o pastilă cum că „nu mai ştie dacă joacă pentru a se destăinui sau a se ascunde", sau un animator de talk-show televizat care repeta până la saţietate, cu o aură de profunzime, că „în viață, important e să mergi până la capătul aventurii". Ce pălăvrăgeală umflată şi fără sens!

Aceeaşi poveste în următoarea reclamă publicată în ediția din *Le Monde* din 11 şi 12 iunie 2006 care semnalează atribuirea celui de-al 4-lea premiu al Educației naționale filmului Sofiei Coppola *Marie-Antoinette*. Premiul e decernat de către un juriu de învățători şi de elevi prezidat de Frédéric Mitterrand. În discursul acestuia citim: „ş…ț pentru maniera în care biciuie cu o incomparabilă eleganță închistarea narcisistă, pentru tirania modei, luxului, plăcerii - maniera în care această tiranie e înfățişată cu luciditate şi tandrețe." În această tiradă bombastică, în care se amestecă tirania şi tandrețea ca într-o serată sado-masochistă uşor inhibată, se vede cum filmul Sofiei Coppola, sub acoperirea reconstituirii istorice, este de fapt a *n*-a manieră de a filma o serată cool şi îmbrăcăminte şi închiderea galei Fashion Week din Londra. Procedeul e admisibil câtă vreme filmul vizează un public de redactorițe de modă, dar virtutea sa pedagogică rămâne discutabilă. Prin urmare, vulgaritatea mitterrandiană ține aici de o triplă escrocherie: cu privire la valoarea istorică a documentului, la denunțarea tiraniei care i-ar fi subiacentă şi la maniera lejeră de a intui tirania ca o pereche de pantofi care provoacă bătături. Vulgaritate a

tinereții poleite cu sclipici. De ceva vreme, scriitorii care s-au autopromovat drept „noii husari”, în cea mai mare parte jurnaliști la *Figaro*, şi-au înmulțit romanele în care culmea atrocității era să bei şampanie răsuflată. Răsuflat, într-adevăr, era stilul lor, la fel de uşor ca o bulă de Clicquot.

Intenționalitate

În ziua în care scriitorul X a dobândit Premiul Renaudot, editorul i-a şoptit la ureche: „Am ajuns la limita vulgarității.” Dar de ce? Pentru noi, neinițiații, e o recompensă meritată adusă autorului pe care îl apreciem. Dar nu şi pentru el - care pare să ştie mai multe decât noi. Să fie oare din cauza a ceea ce a trebuit să urzească, în stilul în care se trag sforile prin juriile literare, pentru ca autorul lui să obțină acel premiu? Şi cum el cunoaşte intenționalitatea gesturilor lui, le percepe drept vulgare. Nu pentru toată lumea vulgarul e vulgar.

Pe vremea când relațiile publice căzuseră în sarcina lui Gilles de Robien, pe atunci primar în Amiens, acesta s-a rățoit autoritar la ziariști în timp ce era ocupat să-i îndepărteze de maşini pentru a se duce la Paris: „Ne ducem să recucerim spațiul... Sunteți buni ca înainte de a pleca să vă luați la-la-labele?” Am simțit deodată cum toată buna-cuviință burgheză s-a făcut una cu pământul. Iată-ne prinşi în mocirlă. Odinioară, când cineva trăgea o înjurătură o întrerupea pentru a o travesti şi ajungea la inepții de genul: „Dum...inica mă-sii!” Dar tehnica asta merge doar într-o zi din şapte. Când lumea zice „cacao” în loc de „căcat” este un soi de mască, ca atunci când ştergi farfuria cu o bucată de pâine înțepată într-o furculiță, ca atunci când îți maschezi gura pentru a-ți curăța dinții. Vulgaritatea înseamnă sentimente negative travestite. Antisemiții ascunşi spuneau „israelit” în loc de „jidan”.

Intenționalitate dezvăluită - iată un semn de vulgaritate. Atenție la intenție!

Intimitate

Ce anume caută să dezvăluie recurgerea la intimități? În ce constă manevra? Pentru critica de film, formula convenabilă care merge aproape în toate peliculele este „tandru şi caraghios". Să scurmi foarte adânc, să răscoleşti sentimente foarte „omeneşti", să ţinteşti spre un scop neînsemnat. Iată tradiția franceză a proverbelor noastre care glorifică mulțumirea cu puțin: „Ce-i în mână nu-i minciună", „Cine vrea să plece la drum lung îşi adapă măgarul", „Cel care doarme uită de mâncare"... Mai presus de orice contează să abolim simbolicul ca să rămânem numai cu pijamalele boțite şi mirosul de cearşafuri de pat. Pentru orice abordare a conceptului de incest sau de viol ne vom mulțumi cu mărturiile Christinei Angot[1], ale lui Christophe Tison[2], Clementine Autain[3], citați la întâmplare şi de-a valma. De altfel valul de autori din categoria „plângi cu hohote", care se tăvăleşte printr-o destul de mare mulțumire de sine (în ce mă priveşte, am scăpat, m-am extras din mocirlă), valul acesta de autori care-şi exhibă bolile se umflă şi se tot umflă. Atac cardiac, cancer, depresie... deschiderea sălilor de operație, frenezia spitalelor de urgență! În mod cert, dai peste o groază de riscuri în meseria literară! Într-o societate în care fascinația grețoasă pentru pedofilie a condus la rătăcirile

1 *Autoare a romanului erotic Incest (n. tr.).*

2 *Jurnalist de la Cosmopolitan (n. tr.).*

3 *Directoare a revistei Regards, om politic şi membru al mai multor mişcări feministe. A mărturisit că la douăzeci şi trei de ani a fost violată sub amenințarea unei arme albe (n. tr.).*

Afacerii Outreau[1], ghicim cam ce obscenități se târăsc prin această maculatură. Într-o palinodie de felul acesta în care toată lumea se dă în spectacol de florile mărului se joacă de fapt vinderea pe nimic a singurului univers propriu. În acest sens nu se mai schimbă mare lucru fie că eşti cunoscut, fie că nu. Fiindcă ai fost „văzut la TV" valul ori te ridică în slăvi, ori te electrocutează de viu. Dar se înțelege că întreg balamucul e aureolat de umbra incestului. Şi de altminteri cititorii se năpustesc la orice istorie de familie, iar succesul edițiilor franțuzeşti regurgitează romane scrise de „fiul sau fiica lui...", de Justine Lévy[2], Emmanuel Carrère, până la memoriile amiralului Philippe de Gaule ori ale Bernadettei Chirac în rolul de nevastă cu coarne, dar stoică. Dincolo de surlele şi trâmbițele lor, îi uneşte acelaşi sistem de curte. Franța e monarhistă până şi-n pubelele ei. Recentele succese de librărie ale lui Éric Besson cu *Qui connaît madame Royal*? la Editura Grasset, sau al lui Azouz Begag cu *Un mouton dans la baignoire*, Fayard, 2007, sunt încă ilustrarea acestui fapt. Uciderea tatălui şi a mamei, renegarea, răzbunarea, mânjirea a ceea ce a fost adorat - iată rețeta succesului. Sângele stoarce banii.

În *La Fatigue d'e tre soi*[3], Alain Ehrenberg arăta cum starea depresivă, maladie a intimității, s-a preschimbat în patologie „societală". Fiindcă exhibiționismul a devenit marca de fabrică a telerealității, totul trebuie să fie expus, supraexpus, cu riscurile de orbire pe care le dezvoltă. Omul vulgar spune tot, extermină potecile secrete. Făpturile fără mister devin vulgare. Ele dezvrăjesc

---

1 *Proces intentat împotriva unei presupuse rețele de optsprezece pedofili, dar în care nici unul nu a fost condamnat, deoarece martorii şi-au schimbat declarațiile inițiale (n. tr.).*

2 *Fiica lui Bernard-Henry Lévy (n. tr.).*

3 *Alain Ehrenberg, La Fatigue d'tre soi, Odile Jacob, Paris, 1998.*

universul prin platitudinea atitudinii lor despuiate de farmec. Vulgaritatea este pierderea farmecului în avantajul chemării la ordine: „Priveşte-mă!" Iată de ce presa de proastă calitate se afundă în vulgar dezvăluind ceea ce e intim. Ea pătează, la fel cum lampadarul care împroaşcă prea multă lumină îți intră în ochi, nivelează, goneşte umbrele şi reliefurile.

Şi mai şi orbeşte. În câțiva ani problema căsătoriei gay, care nu era decât o dezbatere a specialiştilor, a devenit crucială. Demarcator al progreselor sociale, linie de fractură, această problemă a invadat spațiul public. În numele libertăților individuale s-au plasat camere de luat vederi în dormitoare şi nu numai: în culise, în pisoare.

Un joculeț.

Pentru cei care se ocupă cu scrisul, cu vorbitul la microfon sau cu datul din gură: acum nu mai jucăm doar name dropping, adică să căutăm să spunem cât mai multe nume cunoscute într-un minimum de timp, ci trebuie să facem încă un pas şi, plecând de la sex încrucişat, să ne aflăm poziția proprie în orgie. Dacă X a sărutat pe Y, care s-a culcat cu E, care a fost ex-a lui U, care este amantul lui V, care s-a căsătorit cu B şi, ştiind că B şi cu mine tocmai am avut un copil, la câte paturi distanță mă aflu de X? Putem să o facem mai uşoară: La câte strângeri de mână distanță eşti de Yasser Arafat? La câte paturi distanță e Arafat de Paris Hilton? Ce şic! Ce distractiv! Ce modern!

REFLECȚIA UNUI AMIC: „IA TE UITĂ! EX-A MEA CU ACTUALUL TĂU!"

Bineînțeles, ca în toate spațiile limitate, categoriile extirpate ale masei populare se sfâşie una pe alta, iar trădările se succed. Astfel, apariția genericului „bobo", socotit a se referi la o populație înstărită, burgheză, boemă, mai degrabă de stânga, hedonistă şi un pic egalitaristă, vorbeşte îndeajuns despre disprețul revanşard față de cel

avut... câtă vreme nu e la fel de avută! Drama e că adesea anatema e formulată de cei pe care ar trebui să-i atingă. Iată-l, de exemplu, pe Laurent Joffrin scriind cu toată condescendența condamnării într-un număr din *Libération*, al cărui director este, „De ce *bobo* îl votează pe Bayrou". Când afli că cititorii de *Libération* s-au redus la pielea de pe os, încât nu mai numără decât parizieni, adică pe aceia care trec de obicei pe Saint-Germain-des-Prés, iese la suprafață ce înseamnă escrocheria şi chiar ura de sine. Vulgaritatea boemilor-burghezi e tocmai aceea care permite orişicui să-şi condamne semenii. E de astă dată o vulgaritate a orbirii, a unei presupuse atotputernicii de cenzor care s-ar bucura de o viziune de ansamblu care-l cocoață deasupra ălora vulgari. Dar tocmai în piața Enfants-Rouges, pe strada Bretagne din Paris, pe această stradă pe care nu poți spune dacă eşti sau nu, chiar aici te poți întâlni cu edilul ecologist Noël Mamère, în ținută lejeră, cu converşi roz, contraponderea sexy a ghetelor sale prăzulii.

Se mai întâmplă şi ca lenevia să plece în delegație. Aşa e cazul cu acel ex-ministru al Educației care se ofusca fiindcă presa, hărțuindu-l fără încetare, denunțase pomenile de care beneficia soția lui. Mereu alături de el, potrivită pentru rolul de secretară particulară, consilieră, se pare că a fost învestită, ca şi soțul ei, de preşedintele Republicii în persoană. Şi iată că însuşi ministrul acesta, invitat pentru a-i asigura publicitatea ultimei cărți, coboară din avionul în care a călătorit la „clasa business", flancat de soția lui. Şi în timp ce se dedă mondenităților, cocteilurilor şi şedințelor de autografe în librăriile locale, ea, tolănită în camera celui mai bun hotel, urmează şedințe, gratuite bineînțeles, de talasoterapie. Cecitate sau discurs dublu? Unde e vulgaritatea?

Un alt ministru, al Culturii de astă dată, care trebuia să se ducă în Italia pentru a susține promoția unei

biografii semnate de el, dar scrisă de un negru, la întrebarea „La ce hotel doriți să înnoptați?” a lăsat-o pe nevastă-sa să răspundă: „La cel mai scump!”

4.Biştari

Din platină, vă rog!

„Naiba să-i ia de sărăntoci!” urla Jean Gabin în filmul lui Claude Autant-Lara din 1956 *La Traversée de Paris*. El depune în felul său mărturie că sărăcia înseamnă vulgaritate, după cum minunat rezumă şi proverbul evreiesc: „Nu-i nici o ruşine să fii sărac, dar nici nu-i motiv de laudă!” Cine-şi expune portofelul gol e din acelaşi aluat cu fițosul cu buzunarele doldora de parale. Întotdeauna burghezul s-a discreditat vorbind despre bani. „La noi nu se vorbea despre bani la masă.” Banul e limbajul universal, un esperanto, un jargon care convine tuturor şi nu face nazuri. E noroiul în care e bine să ai mâinile afundate. Banul trece din mână în mână, asigurând transmiterea microbilor. E un vehicul anonim care mizează pe diferențe, care face saltul de la unii la alții. Dacă ai mototolit ceva bancnote ar fi bine să te speli pe mâini. Banul pătează. Corupe. Politica e contaminată de afaceri. O imagine vulgară: un ales al poporului cu manşetele suflecate, aplecat, aruncând vrafuri de documente în concasorul de hârtie.

O bancă mare e anonimă şi nu are ieşire la stradă. Se ascunde la etaj, iar uşile se deschid doar pentru asociați: trebuie să fii membru, la fel ca în cazul cluburilor cam suspecte. De asemenea reguli ascultă gestionarea conturilor private care se efectuează la umbra geamurilor fumurii. Păstrezi tăcerea în privința veniturilor, nu-ți dai salariul, nu mărturiseşti că te încadrezi la ISF[1] - iată câte strategii de a rămâne privilegiat, de a te ține deoparte!

---

1 *Impozit pe care statul francez îl percepe de la persoanele cu un patrimoniu mai mare de şapte sute şaptezeci de mii de Euro (n. tr.).*

Când dreapta a ajuns la putere am avut iar de-a face cu nume interminabile. Tot felul de Renaud Donnedieu de Vabres şi Dominique Galouzeau de Villepin…! A trebuit şi să schimb formatul etichetelor pentru curieri!

„O şleahtă de ursuzi zgribuliți" - astfel caracteriza Arthur Schopenhauer societatea burgheză. Se ştie că evitarea discuției despre bani, despre gologani, e o chestiune tipic franțuzească. Salariile sunt secrete, primele - un mister, plățile compensatorii dezvăluite - un scandal strigător la cer. Eşti vulgar dacă-ți afişezi „mălaiul", dacă „faci praf cardul", dacă te „spargi în figuri". Eşti vulgar fiindcă eşti nereținut, relaxat şi… de invidiat. Se poate ca insulta de vulgaritate să trădeze la finiş o invidie la fel de vulgară din partea celui care o proferează. Filmul Alexandrei Leclère, *Le prix* aî *payer* (2007), devoala toate aceste realități cu o autenticitate şi o mediocritate stupefiante: „Nu dai curul, nu vezi bani!" Să reamintim intriga acestei capodopere a celei de-a şaptea arte: sfătuit de şoferul său, Christian Clavier hotărăşte să-i suprime nevestei cartea de credit atât timp cât nu mai vrea să se culce cu el. Doar e ceva normal într-un cuplu s-o mai pună câteodată. Dintr-un zel republican egalitarist care nu ține seama de diferențele de clasă socială, şocante pentru un unanimist ramolit, şoferul scoate din pălărie pentru şeful lui acest sfat excelent pentru că şi el se află tot într-o situație de abstinență impusă. Democrație, egalitarism în contraperformanță - aceasta e Franța! Şi mai este şi relația dintre sex şi portofel expusă crud în această formulare fără replică: „Fetelor, hai! În seara asta plătiți cu chiloțelul!"

Poker

Televulgaritate sau, altfel spus, vulgaritelă. Zăngănitul lucitor îi momeşte pe parveniți şi umbra se întinde pe averile căzute pleaşcă. Sunt fețele aceleiaşi

monede. Bănetul ademenitor, sumele şi poturile mari, speranța unei reuşite totale, a unei mari lovituri, îşi joacă propria carte. O fabrică mare de parale a înghițit televiziunea şi publicul. Pe vremea monopolului de stat, când un singur canal făcea programul serilor în familie, jocurile mai apelau la ceva cunoştințe. *Omul secolului XX* a lui Pierre Sabagh ținea în priză oameni copți la minte, care citiseră o grămadă de cărți, care îşi încheiaseră lungul *cursus* al şcolii de stat. *Monsieur* Cineîma, emisiunea lui Pierre Tchernia, era accesibilă numai cinefililor. Dar apoi au venit canalele private şi totul s-a schimbat. Escrocheria financiară s-a întrecut - dacă putem spune aşa - pe sine. Jocurile s-au dedat unei bătălii şi mai acerbe decât cea care-i încleşta pe participanți. Acum arată tot mai mult şi mai mult ca o puşculiță în clocot. Televiziunea şi-a continuat apoi munca de subminare şi corupere transformând cultura într-un produs de marketing. Vulgarizarea culturii, armă a democrației, s-a preschimbat în propria ei caricatură. *Ştii şi câştigi* a devenit un *nec plus ultra* al activității cerebrale. În felul acesta vulgarizarea a sucombat în vulgaritate. Toți fanfaronii de la rătăcita Educație Națională, toți experții militanți denunțători ai „fabricii de cretini" şi ai „nivelului jos" au găsit acum cu ce să-şi întărească argumentele lor şi-aşa discutabile! Josnicia telejocurilor cu câştiguri în bani a incitat la verdicte fără nuanță - un alt chip al vulgarității. Iată viața înțeleasă ca o extragere loto...

Sufixul „-itate" exprimă un „aspect pozitiv al personalității culturale, morale ş...ț rezultate din apartenența la grup" în timp ce „-itudine" orientează sensul spre abstracție şi, chiar dacă marchează în aceeaşi măsură apartenența la grup, conține o nuanță de alienare (datat din 1933, *negritudine* e probabil primul dintre

cuvintele în -itudine)[1]. În contextul de azi saturat de multitudine, servitudine, solicitudine, solitudine, vicisitudini şi exasperări negative, *vulgaritudinea* pare să fie un cuvânt mai potrivit pentru descrierea realității lumii actuale. Totuşi *vulgaritatea* are trecere în practicarea curentă a limbii fiindcă ea exprimă în acelaşi timp o judecată morală, o formă de dinamism care suscită enervarea şi dezgustul. După Edouard Glissant, *creolitatea* semnifică o fixare a conceptului, în timp ce *creolizarea* exprimă o mişcare. Vulgaritatea fixează o judecată, în timp ce *vulgarizarea* exprimă mişcarea de extindere a cunoaşterii la un număr cât mai mare, fără să reducem însă complexitatea lucrurilor la nişte idei de-a gata. Cine aşteaptă aşa ceva de la televiziune riscă să fie dezamăgit!

Michel Palmieri e un specialist în jocuri de cărți, mai ales în jocul de poker. „Multă vreme, zice el, vulgaritatea în joc consta în a-ți exterioriza emoțiile: un câştig prea fericit, o față sfâşietoare la pierdere… Un jucător mare nu-ți arată nimic! Dar după aceea, odată cu ascensiunea la putere a pokerului televizat (în Statele Unite există unsprezece canale de poker din care două transmit partide încontinuu, iar în Franța Canal+ şi Eurosport au preluat obiceiul), au slăbit barierele reținerii şi bunului-gust. Azi sunt forțate şi din cauză că jucătorii trebuie să fie staruri pentru a atrage spectatorii. Ei se confundă cu personajele pe care le întrupează. Ca să-şi înlănțuie spectatorii, să-i obişnuiască, rămân în pielea lor, fac din ele eroii unui serial, pe care să îi revezi cu plăcere, să le urmăreşti destinul, norocul şi nenorocul." Iată-i aşadar la masă pe *Hell's Angel*, pe *Fata cu Țigara*, *Ochelaristul Mut*, *Asiaticul Impenetrabil*…

S-a întâmplat cu pokerul ceea ce a dus la transformarea tenisului din anii '70. Un sport până atunci

---

1 *„-itudine, -tudine", Dictionnaire historique de la langue française, sub îngrijirea lui Alain Rey, Le Robert, Paris, 1993, vol. I, p. 1059.*

cantonat în sferele elitiste s-a trezit propulsat de TV în toate sălile de mese. Apoi am văzut apărând huligani de circuit gen McEnroe şi după aceea jucători cu țoale punk (Agassi). Publicul s-a ridicat să facă valuri printre fluierături. Când Rolling Stones au dat un concert pe Stade de France la câteva luni după ce Albaştrii au câştigat Mondialul din 1998, publicul nu s-a putut abține. Între *Satisfaction* şi *Wild Horses* a fost o avalanşă de valuri isterice. *Wake up*, Brian Jones, ăştia au luat-o razna!

TELEVIZIUNEA CERE SPECTACOL ŞI DE ACEEA ÎŞI OBLIGĂ FIGURANȚII SĂ JOACE MAI BRUT, ÎN TOATE SENSURILE CUVÂNTULUI. DE ALTMINTERI ACTORII CARE SE ÎNDREAPTĂ CĂTRE CINEMA ŞTIU CĂ TELEVIZIUNEA LE IMPUNE UN JOC MAI PUȚIN NUANȚAT, MAI GROSOLAN. TREBUIE SĂ SUPORȚI CONSECINȚELE: UITAREA FINEȚII, REGĂSIREA JOCULUI MUT CA ARTĂ CONTROLATĂ, FIINDCĂ SPECTATORUL NU E CAPTIVAT, IA MASA, SE BÂȚÂIE, PRIN URMARE TREBUIE ACROŞAT ÎN FORȚĂ. TREBUIE SĂ ÎNGROŞI TUŞA, SĂ FII LA LIMITA VULGARITĂȚII.

În Las Vegas, oraşul jocurilor prin excelență, e un tărăboi necontenit menit să mențină mulțimile închise în spații aclimatizate, într-o atmosferă de excitare lacomă. Un zgomot metalic de perpetuă cascadă, de cataractă înaltă de piese vomitate din maşini umplute cu parale constituie fondul sonor din care nimeni nu poate să scape, cu excepția izolării pe care ți-o conferă Ipod-urile şi alte cititoare de MP3. Totul e în aşa fel alcătuit încât nimeni să nu se poată extrage din mulțime decât cheltuind, față către față cu jocul, cu farfuria proprie, concertul lui Céline Dion sau cu o reprezentație a celebrului Circ du Soleil. Nici măcar o librărie, nici o carte!!! Din mijlocul hărmălaiei continue a pungaşilor neîndemânatici se aud cu greu glasul crupierilor, plesnirea seacă a zarurilor ciocnindu-se de fetru şi zăngănitul bilei de ruletă găsindu-şi casa. Iar

printre cărțile poştale de vânzare în Vegas - un teritoriu vast de producții vulgare - printre vederile cu hoteluri, cazinouri, deserturi şi clişee semipornografice cu animatoare de bar şi dansatoare de revistă, iată şi această vedere „comică”, de suspendat pe retrovizor: *The more I see my wife, the more I love my truck!*[1]

Gratuit

APROAPE TOATĂ PRESA FURNIZEAZĂ COMBUSTIBIL CELUI CARE NU ARE OCAZIA DE A FACE UN SEJUR LA LAS VEGAS. IDEAL PENTRU PETRECEREA TIMPULUI LIBER, FĂRĂ A TE GÂNDI LA NIMIC. DUPĂ CUM S-A OBSERVAT, POPULARELE CUVINTE ÎNCRUCIŞATE DE IERI, CARE CEREAU ÎNTOTDEAUNA UN PIC DE CULTURĂ DE LA REBUSIST, AU FOST SUBSTITUITE CU O PUTERE EXEMPLARĂ, SINGURA FĂCUTĂ POSIBILĂ DE MONDIALIZAREA MEDIA, DE GRILELE DE SUDOKU, ARHAICĂ GIMNASTICĂ INTELECTUALĂ (PĂTRATE MAGICE) RECONFIGURATĂ DE MARKETINGUL NIPON. PRESA GRATUITĂ UZEAZĂ DE EA PÂNĂ LA REFUZ.

„Succesul mi-a adus influență şi țoale gratis!” (Métro, 15 decembrie 2006)

ECONOMISTUL DANIEL COHEN VEDE ÎN GRATUITATE MULT MAI MULT DECÂT O MANEVRĂ COMERCIALĂ NELOIALĂ. ÎN STATELE UNITE MARILE LABORATOARE DE CERCETARE PRIVATE AU DEZVOLTAT DE ANI BUNI O MANIERĂ DE LUCRU ÎN LEGĂTURĂ DIRECTĂ CU EXPANSIUNEA ACESTEI ECONOMII A GRATUITĂȚII. SUNT FINANȚATE DE MARI

---

1 *„Cu cât îmi văd mai mult nevasta, cu atât mai mult îmi iubesc camionul.” De notat că vulgaritatea flirtează cu vehiculele cu motor. Pe nişte tanga de vânzare în Florida, în shopurile de turişti, stătea scris: Free parking at rear („Parcare gratuită în spate”).*

ÎNTREPRINDERI ŞI ÎŞI CONCENTREAZĂ CERCETĂRILE PE CUTARE SAU CUTARE DOMENIU DE ACTIVITATE, IAR CÂND FAC O DESCOPERIRE LIVREAZĂ ÎNTREGII SOCIETĂȚI REZULTATUL MUNCII LOR. NETUL E O ILUSTRARE PERFECTĂ A ACESTUI FAPT, O INVENȚIE PUSĂ LA PUNCT DE LABORATOARELE UNIVERSITARE ŞI MILITARE ŞI LANSATĂ APOI ÎN AER. AS TĂZI NU E IMPORTANT SĂ OBȚII REDEVENȚE DIN INVENȚII, CI SĂ ŞUTEŞTI PREMII, MEDALII, ONORURI, PENTRU A RECOLTA ALTE FINANȚĂRI PRIVATE ÎN FAZA A DOUA. „ÎN CONCLUZIE, SPUNE DANIEL COHEN, OPOZIȚIA PLĂTIT/GRATUIT VA AVEA MÂINE ACEEAŞI IMPORTANȚĂ STRUCTURALĂ PENTRU SOCIETATEA NOASTRĂ CA OPOZIȚIA PUBLIC/PRIVAT ÎN SECOLUL XX.”[1]

Din această perspectivă, colapsul francez, declinul național, *La France qui tombe*[2] sunt tot atâtea expresii care descriu şi vulgaritatea unei Franțe ce se încăpățânează să-şi închipuie că e beneficiarul celui mai bun sistem din lume. Aserțiunea aceasta repetată întruna e infirmată de o sumă de experiențe cotidiene trăite de toată lumea: congestia de automobile, cozile la uşa cabinetelor medicale, dispariția specialiştilor în ginecologie, psihiatrie, pediatrie, oftalmologie… taxe sociale pe antrepriză, prăbuşirea sindicalismului, prozelitismul rasist, radicalizarea populațiilor abandonate în suburbie, comunitarismul, alcoolismul la tineri… Vulgaritatea ține de această dublă orbire a naționalismului istovit şi a masochismului național. Un exemplu: la marginea şoselelor, ca şi în preajma aglomerațiilor se dezvoltau stațiile de benzină cu autoservire. De la un an la altul ele sunt preluate de mari grupuri de distribuție şi firmele de hypermarket se văd tot

1 *Discuție privată.*

2 *Nicolas Baverez, La France qui tombe, Éditions Perrin, Paris, 2004.*

mai des în locul BP-urilor, Shell-ului şi Total-ului. Litrul de benzină e un pic mai ieftin acum, dar cu prețul dispariției faimoaselor servicii care făceau tot farmecul unei benzinării. Pentru controlul presiunii pneurilor sau al nivelului de ulei va trebui să cauți în altă parte, dar unde? Aceleaşi hypermarketuri îți oferă şi propriile servicii de livrare. Când marele magazin Inno (Paris, Montparnasse) a decis să facă livrări „gratuite" clienților, ce îmbulzeală entuziastă s-a produs atunci!... Țeapă! Angajații erau destul de serviabili, dar nu mai făceau livrări. Perioadele de reduceri deveneau tot mai subțiri şi luai plasă. Când, cu puțin noroc, băiatul de la livrări se îndrepta din întâmplare spre parterul imobilului, îl vedeai într-o stare de furie îngrozitoare. Tuna împotriva ritmului, sacilor de plastic de calitate proastă, digicodurilor, orarelor, ambuteiajelor... Pe scurt, erai livrat abia când dispărea responsabilul cu livrarea! Ajungeai chiar să plăteşti ca să eviți spectacolul. De data aceasta vulgaritatea constă în oferta imposibilă, în mâna întinsă distribuirii uriaşe către clienții fideli, care sfârşea prin a-i lega... fedeleş, nu cu relații amabile, ci cu o nerăbdare exasperată.

People şi decorațiuni

Un interior denudat, o masă Prouvé, două fotolii Barcelona create de Mies van der Rohe şi comercializate la Knoll, o fotografie Nan Golding suspendată de un cui şi, dacă eşti în bani, un taburet de lemn Charlotte Perriand (oricum, estimat la peste trei mii de euro). Nu e asta culmea vulgarității? Şefii de antrepriză, creatorii, artiştii par condamnați să trăiască toți din proprie voință în aceleaşi apartamente, decorate în unul şi acelaşi chip. Fără îndoială că alegerea, „ochiul" - cum se mai zice - realizatoarelor de decorațiuni e în mare parte rezultatul uniformizării interioarelor publicate prin reviste, dar

tendința mimetică este de netăgăduit. Se reiau în varii feluri aceleaşi fițe piperate care scot în relief îngâmfarea oamenilor cu putere de decizie. Formula lui Guy Debord extrasă din *La Société du spectacle* (1967), „Oamenii nu găsesc ceea ce îşi doresc, ei se mulțumesc să dorească ceea ce găsesc", o întâlneşti la tot pasul.

Încredințarea propriului spațiu intim unui specialist e în mod cert suspectă. Să-i dai liber unui terț să-ți cumpere în nume propriu covor, perdele, bibelouri şi picturi e ceva ce frizează debandada. E o manieră de a mărturisi incultura pe care nici o avere n-o poate masca. Ca să puteți înțelege ce înseamnă patina ar trebui să vedeți extraordinarul birou al directorului muzeului de Arhitectură din Moscova: masă, fotolii, dulapuri ce debordează de ipsosuri, de statuete etc., de volume *in octavo*, de fotografii care ies din albumele din piele tăbăcită! Nici nu ai unde să te aşezi, o suprafață pe care să pui un bloc de desen sau o pălărie! O maree eclectică din care minimalismul e izgonit cu valuri de praf.

La polul opus găsim răceala afişată de un spațiu tras cu rigla care poate crede că ne poate încălzi cu pretenții. Arogarea unei stăpâniri perfecte a volumelor e o glumă deocheată, o abureală. În astfel de locuri totul e calculat; până şi mobila te taie din priviri. „Totul este *under control*" pare să proclame atmosfera rectilinie a acestor interioare înțepenite în normă. Dintr-odată te cuprinde îndoiala în ceea ce priveşte măreția unor asemenea decoruri.

„Fratele meu, spune Guillaume Chaillet, directorul unei agenții de relații publice, e un PR de succes. Nu-şi conduce maşina, o pilotează. E o berlină Mercedes mare. Pe când goneam amândoi în plin Paris, l-am întrebat dacă maşina lui e echipată cu ABS. Mi-a răspuns: «ABS-ul sunt eu!»„

Să ne aducem aminte că Mercedesul de la Ritz în care se afla Lady Diana era echipat cu ABS.

Decorațiunile au căpătat o importanță considerabilă în ultimii ani. Ascensiunea la putere a designerilor (Philippe Starck) e urmarea îmbogățirii gospodăriilor şi industrializării obiectelor la un preț în scădere. Revistele ne oferă în mijlocul paginilor lor expoziții de apartamente somptuoase. Cu cât e mai luxos, cu atât eşti mai bogat, pe cât e de scump, pe atât eşti mai *people*.

În timpul unei vizite la familia Balladur, Paris-Match ne pune pe tavă o suită de încăperi mobilate stil Regence. Hebdomadarul reuşea să pătrundă aşadar în intimitatea rotofeiului prim-ministru. Era ceva picant fiindcă toate sondajele îl dădeau încă drept viitorul preşedinte al Republicii. Atenția noastră de exeget fu atrasă deodată de o fructieră, aşezată pe o piesă de mobilier stil din coridorul de la intrare. Se vedea ceva înăuntru, dar oare ce era? Ceva trandafiriu, flexibil. Şi atunci, din grupul de observatori pe care îl formaserăm se ridică o voce: „Bine, dar asta nu e o bucată de şuncă?"

DACĂ SĂ TE MOBILEZI DE LA CONFORAMA E CUMVA PROLETAR ŞI PATETIC - FIINDCĂ LA URMA URMEI DOAR SĂRACII CUMPĂRĂ SALOANE COMPLETE CU CANAPELE ŞI PERECHI DE FOTOLII ÎN IMITAȚIE DE PIELE, PE CÂND ALȚII MOŞTENESC -, SĂ ÎȚI IEI MOBILĂ DIN CARTIERUL SAINT-ANTOINE E O DOVADĂ DE VULGARITATE. NU PENTRU CĂ MARFA PE CARE ȚI-O PROCURI DE ACOLO E DE DUZINĂ, CI STILUL GENERAL TINDE ADESEA SPRE POMPOS. PERECHI DE TIGRI ÎN MĂRIME NATURALĂ, SFEŞNICE ÎN FORMĂ DE SERVITOR NEGRU MAI MARI DECÂT TINE, COVOARE ÎN DUNGI, MESE DESIGN, DAR UN DESIGN GROSOLAN, EXAGERAT DE ALB, DE LUCIOS, DE LĂCUIT... NU E NICI ŞIC, IAR PREȚUL TE DĂ PE SPATE... TOT CE POATE REPUGNA UNEI BUNE EDUCAȚII BURGHEZE ŞI OCCIDENTALE E DEVERSAT ÎN EA. PRIETENUL NOSTRU ŞI ANTREPRENORUL CLAUDE C., EXPERT ÎN INTERIOARE,

DESCRIE ÎN FELUL URMĂTOR APARTAMENTUL ŞMECHERULUI DE BURSĂ - EL E ŞI MAI SINCER, ÎI ZICE „APARTAMENT SEFARD”. „ÎNCĂ DE LA INTRARE SE VEDE PLASMA LATĂ DE UN METRU OPTZECI, DAR NICI O CARTE. PLASMA ȚINE LOC DE BIBLIOTECĂ. PESTE TOT MARMURĂ ALBĂ, POLEIALĂ CU AUR, MOCHETĂ GRI. IAR ÎN SALA DE BAIE CADĂ ROTUNDĂ TIP JACUZZI.” UN PRIETEN AL LUI PATRICK B., CELEBRUL CÂNTĂREȚ ŞI ACTOR, POVESTEA CĂ ACESTA ÎŞI MOBILASE APARTAMENTUL „ÎNTR-UN STIL SOLEIADO, PROVENSAL, DENOTÂND UN GUST FOARTE ÎNDOIELNIC.” DACĂ E SĂ-L CREDEM, LA FIECARE MIŞCARE SE TEMEA SĂ NU SE FI VĂRSAT UN BORCAN CU MIERE. DAR REVISTELE ÎL RIDICAU ÎN SLĂVI.

Salon de vânzări

Voința de a-şi controla interiorul şi simultan de a se vedea de la o poştă bănetul aruncat pe mobile scumpe, rare, statuete, perdele, tablouri... răspunde obligației care s-a impus tuturor de a locui un spațiu care „dă tare-n poză”. Expresia vorbeşte de la sine: dacă „dă tare” atunci „l-ai ochit”! Procedeul duce la rătăcirile funeste biciuite de artişti în operele lor. La muzeul de Artă Modernă din Maastricht o expoziție de fotografii a denunțat cu sânge rece josnicia aranjării ştiințifice. Se înfățişa apartamentul lui Andy Warhol fotografiat chiar după moartea lui de către experții unei case de licitații. Într-o primă serie de imagini piesele sanctuarului stau în suc propriu. Nimic nu e aranjat, totul e în dezordine. E un genial butic de suvenire; chiar şi scara e încărcată de cufăraşe, colete, voaluri, pantofi. Apoi iată aceleaşi locuri, însă netezite de evaluatorii însărcinați cu catalogul. Ce catastrofă! Sare în ochi toată vulgaritatea operațiunii comerciale. Adaptarea la standarde, punerea în cutii țintesc doar să nu mai permită

cumpărătorului să judece ambianța, atmosfera şi poezia unei întregi vieți, ci numai piesele ca atare, nişte *bunuri* scoase pe dată la mezat. Nu mai contează patina obiectului, ci „brandingul", marca, obiectul sculptat nu de timp, ci de ştampila fostului proprietar: *Warhol*.

Iar cealaltă durere vine, fireşte, de la tăcerea funebră a apartamentelor ținute în formol, de la mobila conservată sub husă de teama învechirii care oricum şi-a săvârşit lucrarea. Murdărirea, pata care ar putea fi semnul vieții, vulgaritatea omenescului sunt gonite fiindcă ar putea vorbi despre trupul şi secrețiile lui, alegorie tragică a scurgerii timpului. Husa e ca un catafalc. În ea bagi cadavrul, cald încă, al conversațiilor, al canapelei, al fotoliului. Un protecționism de anticar cu iz de lințoliu.

Sclipicios

La capătul opus se înfățişează succesul eclatant al firmei austriece Swarowski. În câțiva ani, aceşti negustori de brelocuri din cristal au devenit stăpânii a tot ce străluceşte, scânteiază, proiectează focul podoabelor din diamante. Mai mult, Swarowski a intrat în clubul foarte select al produselor vândute în toate duty-free-urile din lume. Alături de cartuşurile de Marlboro, de giganticele pachete M&M's, de Toblerone şi de ceasurile Swatch, pe drumul printre sălile de aşteptare din aeroport e obligatoriu să găseşti şi articole din cristal. Aşa-i când lumea aspiră la strălucire! Acum câțiva ani, Michel Pastoureau, istoricul culorilor, nota că un copil nu ştie să facă diferența între mat şi strălucitor. Dar creioanele de colorat de odinioară (la cutii de douăsprezece, douăzeci şi patru sau patruzeci şi opt) au fost pretutindeni înlocuite de cutiile de carioca şi copiii aştern acum pe hârtie o urmă umedă şi scânteietoare. Poate că Swarowski îşi datorează succesul perpetuării la vârsta adultă a acestei plăceri

acvatice fetale. Se poate şi ca fenomenul să fie de altă natură, ca tot ce reflectează să se fi refugiat în podoabe, vaze şi oglinzi. În anii duri ai comunismului să treci dintr-o parte în alta a Cortinei de Fier era o experiență psihosenzorială unică. Dintr-odată apar culori strălucitoare, altceva decât matul. Zastava, Ziguli, Zil, Zal, Tatra, Trabantul, Volga, Tchaika exhibau caroserii de un albastru aspru, verde uzină, bostan anemic. Aşadar nimic nu se reflecta. Astăzi profunzimea lăcuirii vehiculului a devenit abisală şi nu se poate să nu ne vină în minte formula lui Sacha Guitry: „Se confundă ce e profund cu ce e găunos." Prin urmare atracția pentru strălucitor, scânteietor, orbitor e destul de vulgară, fiindcă zorzoanele de felul lor nu se limitează să umple lumea de soare, ci ne amețesc de cap, ca un vals vienez clonat în valsul etichetelor.

Într-o zi ne-am cumpărat bile Obut fiindcă doream să participăm la un concurs de joc cu bile la Bandol. Ce mai străluceau! Dar când ajungem pe bilodrom simțim privirile ironice ale tipilor dintr-un colț. Ei strângeau în mâini nişte bile negre, lovite, ciobite şi pline de crăpături. Sancțiunea pică asupra noastră cu un accent din Sud: „Măăă, ce le mai strălucesc bilele!" Ruşine...

LA MIJLOCUL ANILOR '80, GORBACIOV SCUTURĂ COCOTIERUL COMUNIST (ŞI NU GLUMIM - PE STRĂZILE DIN MINSK, BIELORUSIA, EXISTĂ NIŞTE COCOTIERI DIN PLASTIC FLUORESCENT CARE PARCĂ INCENDIAZĂ ZĂPADA), IAR CÂTEVA COMPANII STRĂINE BAGĂ UN PICIOR PRIN UŞA DE FIER A CORTINEI CU ACELAŞI NUME. MAI ȚINEȚI MINTE ACEI VÂNZĂTORI DE ÎNGHEȚATĂ, PENGUIN SAU CAM AŞA CEVA, CARE SE INSTALASERĂ LA PARTERUL DEFUNCTULUI HOTEL MOSCOVA ŞI ÎNTR-UN SHOP DIN STRADA ARBAT? ÎN ANII ACEIA DE DESTINDERE ERA ŞOCANT CĂ NIMENI DE PE TOT CUPRINSUL IMPERIULUI NU SE GÂNDISE SĂ

FACĂ CEVA ÎNCÂT SĂ NU SE MAI TRÂNTEASCĂ UŞA DIN LEMN CARE DĂDEA ÎN STRADĂ ŞI CARE FĂCEA UN PARAVAN DESTUL DE UTIL LA MINUS TREIZECI DE GRADE CU CEALALTĂ UŞĂ DINSPRE INTRAREA ÎN SALĂ. LA FIECARE SCUTURARE A CIZMELOR, LA FIECARE PĂTRUNDERE A CÂTE UNUI CLIENT DORNIC SĂ SE BUCURE CU GURA PLINĂ DE BINEFACERILE CAPITALISMULUI PROGRESIST, UŞA DIN LEMN CĂDEA IAR PESTE CADRU CA SECUREA PE BUTUC. ERA AGASANT, DAR TOCMAI ASTA ERA SOCIALISMUL: INCONFORTUL RIDICAT LA RANGUL DE ARTĂ DE A TRĂI, BRUTALITATEA REAMINTITĂ, PROCLAMATĂ NECONTENIT. VULGARITATEA CONSTA ÎN FAPTUL CĂ NIMENI NU SE OFUSCA, NIMENI NU SE GÂNDEA SĂ STRECOARE ÎN TOC MĂCAR O CÂRPĂ PENTRU AMORTIZAREA ŞOCULUI. IAR CÂND M-AM DESTĂINUIT UNUI BĂTRÂN PLACAT CU DECORAȚII, M-A PRIVIT DE SUS ÎNAINTE DE A-MI TRÂNTI PLIN DE DISPREȚ CUM CĂ: „DUMNEATA NU PRICEPI NIMIC DIN COMUNISM!” ŞI AVEA DREPTATE. SĂ NE-ADUCEM AMINTE ŞI CĂ PERESTROIKA A AVUT EFECTUL DE A SENSIBILIZA MASELE ÎNCOTOŞMĂNATE ÎN ŞUBE GROASE, DE A LE INSUFLA FIORUL ARTEI DE A TRĂI. ÎNTR-UN UNIVERS ÎN CARE TIMP DE DECENII LUMEA SE ÎMPINSESE FĂRĂ ALT SEMN DE RESPECT RECIPROC DECÂT UN SCHIMB DE BOMBĂNELI, IATĂ CĂ CIVILITATEA ÎNCEPEA SĂ MODEREZE DATUL DIN COATE. BINEÎNȚELES, LUMEA ÎNCĂ SE MAI ÎMPINGEA, DAR ACUM SE CEREAU SCUZE. SE IVISE ŞI O FORMULĂ NĂSTRUŞNICĂ: „SCUZĂ-MĂ, MARŞ DE-AICI!” IMAGINEA CARE A RĂMAS DIN ACEI ANI DE IEŞIRE DIN COMUNISM, DIN ACEA GESTAȚIE NESPERATĂ, ESTE PRIN URMARE UNA DE TRUPURI CE EXHALĂ UN ABUR OPAC, AMESTEC DE TRANSPIRAȚIE ŞI DE PARDESIU AFUMAT, DE OAMENI ÎNGRĂMĂDIȚI UNII ÎN ALȚII ÎN MAGAZINE CU LUMINĂ NESIGURĂ.

ASPRIME ŞI GROSOLĂNIE. VULGARITATE? FĂRĂ-NDOIALĂ! FIINDCĂ ATUNCI CONTA NU SĂ TRĂIEŞTI, CI SĂ SUPRAVIEŢUIEŞTI, NU SĂ FII BINE ÎMBRĂCAT, CI BINE ÎNVELIT, NU SĂ TE OSPĂTEZI CU BUCATE ALESE, CI SĂ FII HRĂNIT CA SĂ POŢI FACE FAŢĂ IERNII. UN PRIETEN REZUMA ÎN FELUL URMĂTOR GARDEROBA IDEALĂ PENTRU ÎNFRUNTAREA MARILOR VISCOLE RUSEŞTI: „PUFOAICĂ SUS, JOS BOCANCI DE ARMATĂ. - DAR LA MIJLOC? - LA MIJLOC?… CARTOFI!"

În anii aceia Pierre Cardin era deja la mare căutare pe străzile Moscovei. Azi găseşti o firmă Pierre Cardin şi în Dubai, pe bulevardul des Libanais, flancată de o altă marcă de export franţuzească: Ted Lapidus. Graţie francizelor - comerciale, fireşte - am ajuns să găsim semnătura Pierre Cardin cam peste tot şi pe orice, inclusiv pe vasele de WC. Şi mai rău, se găseşte din plin acolo unde democraţia e batjocorită. Ieri în China, azi în Bielorusia.

PANTOFI CU CIUCURI CA SĂ FACI IMPRESIE - IATĂ CUM ARATĂ VULGARITATEA ÎN REGIMURILE CARE INSPIRĂ FRICA.

Iaht şi Companie

Vulgar e şi stilul ambarcaţiunilor de croazieră în care sunt maimuţărite bunăstarea şi confortul, ultraechiparea. În care te spargi în figuri în smoching - eleganţa tip James Bond - în *tuxedo* sau *bikini*. Servitori cu mănuşi albe, papion şi haină lungă, cina la masa căpitanului, conferenţiari, orchestră de cameră, iar toate astea ca să mascheze deriva acestor ambarcaţiuni devenite târg comercial, mall de aeroport în care din plictiseală tot cumperi şi cumperi. Îţi vine să crezi că pasagerii aruncă peste bord plasele de cumpărături, că îşi debarasează dulapurile din cabine ca să ia cu asalt alte noi shoppinguri. Un privilegiat care făcuse turul New Yorkului îmbarcat pe

Queen Elizabeth a concluzionat remarcabil: „Ce coşmar!!! Am urcat şi am coborât scările timp de o săptămână. Parcă eram închis la Harrods!”

5.Noi tehnologii

Imbecilii torționari de la închisoarea Abu Ghraib din Irak, au comis greşeala banală de a nu fi înțeles pericolul unei epoci a nepăsării. Ce mult prea simple sunt aceste aparate digitale şi calculatoare prin care trimiți amicilor fotografii! Aşa de facile şi de comune! Cine nu-şi trimite pozele prin mail? Uite aşa se face că nişte soldățoi derutați de confuzia dintre real şi simulacru adesea denunțată de un Jean Baudrillard, fără săşi dea seama că trec dincolo de limitele banalului şi inacceptabilului, au făcut ca întreg pământul să le cunoască apucăturile de sadici. Prinşi, arestați şi discreditați, parcă atunci căzuseră din cer:

— E aşa de grav să faci nişte poze naşpa?

— Nu, sergent, sunteți vinovați fiindcă sunt torturi în ele!

— Ahaaa! Bine. Cum spuneți.

Dar asta e chiar tot? Vina mai degrabă nu rezidă în faptul că nu s-a înțeles că publicarea pozelor denunța mai mult decât nişte barbari, chiar o întreagă epocă din care au fost măturate reperele, în care puterea dornică să impună democrația e dezbinată din interior prin deformarea scării de valori, prin erodarea indignării, a mâniei sănătoase?

Foto

Fotografiile s-au democratizat masiv, toată lumea le face. Dezvoltarea fotografiei digitale face din oricine nu doar un fotograf, ci un fotograf compulsiv. Fiindcă durata de viață a pozei - victimă a perimării compoziției chimice - n-ar putea depăşi câțiva ani, multiplicarea imaginilor stocate pe hard diskuri şi sortite dispariției accelerează divulgarea intimului. Poza tinde spre vulgaritate prin faptul că implică exhibiție şi transgresare a limitelor. Orice

album poartă cu sine riscul de a lăsa la vedere ceea ce ar trebui să fie secret, trupul dezbrăcat, amintirea din vacanță care… hopaa!!!… apare pe ecran din „întâmplare”! Fiecare ajunge să frizeze pornografia, să fie nevoit săşi controleze stocul de imagini, torturat mereu de o manevră greşită care ar scoate pe ecran, producând groază sau delectare, ceea ce ar trebui să rămână îngropat într-un fişier „personal”. Un fişier din care s-ar putea extrage ocazional o imagine de desktop pentru calculator sau telefonul celular… ceva ca să nu uităm că trăim cu Maşina, că stăm călare pe ea şi-i place, fapt dovedit tot timpul de imagine. Într-o reuniune de lucru, în autobuz, „conectați la server”, nimeni nu ne poate opri să ne consultăm banca de date. Absenți din lume, cu toată lumea. Autism.

Wallpaper

Fotografia lui cuțu-cuțu, un sfâşietor apus de soare pe insulă, poza ăluia mic sau a persoanei dragi dispărute, casa pe care tocmai am luat-o în Limousin, Béarn, L'Île de France… Tot atâtea wallpaper-uri, ramele noi pentru poze vulgare. Zi-mi ce wallpaper ai ca să-ți spun cine eşti!

Florence Aubenas, fosta victimă a celebrei răpiri din Bagdad, îşi aminteşte cum asigura un serviciu de întrajutorare şi sprijin pentru familia cuprinsă de anxietate a unui alt kidnapped. Într-o după-amiază de aşteptare care urma să se încheie cu eliberarea ostaticului, pe când fiica nefericitului se întreba câtă dragoste îi poartă tatăl, primeşte din partea unui apropiat următorul răspuns: „Bineînțeles, iubito, că ține la tine! Eşti wallpaper pe unul dintre computerele lui!”

La fel ca wallpaper-ul, şi soneria mobilului proiectează fără jenă în spațiul public o parte din intimitatea noastră. Proliferarea, viermuirea de sonerii polifonice hrăneşte alegerea fiecăruia. Snobismul ultim

constă prin urmare să ieşi în faţă cu un sunet de apel nemaiauzit, personalizat. Dar speranţa pusă în căutarea semnăturii sonore se loveşte de masificarea dorinţei. Pentru încă o dată toată lumea vrea să fie diferită făcând la fel ca vecinul.Iat-o pe fiica unui foarte celebru scriitor francez. Scriitor de dreapta. Om cu gust. De ani de zile ea se afişează cu oameni care o beştelesc, o umilesc în public, dar ea rămâne impasibilă. „Tâmpito!", „Sărmano, ţi-a cerut cineva părerea?", „Tacă-ţi fleanca!", „Ia mişcă-ţi curul!" Nu zâmbeşte, nu se enervează, ia totul cum iei căldura din Africa sau ştirea despre o decolare forţată de o furtună de zăpadă. Nimic nu o atinge. La un dineu amantul ei perorează, vorbeşte tare, ştie tot depre tot, drepturile de autor, viitorul nuclear al Iranului, Putin şi cecenii… E cam negricios şi cam păros. E viril. Întâmplarea face ca între două feluri de mâncare să amintim de telefoanele mobile care zac pe masă, pe al lui folosindu-l deja de o grămadă de ori în timp ce mâncam. Fiindcă, dintr-un reflex destul de muşcător, am făcut ca de la bărbat la bărbat observaţia că avem acelaşi model, pufneşte în râs şi zice: „Mă îndoiesc că ai wallpaper-ul la fel!" şi-mi bagă în faţă telefonul lui Nokia. Avea dreptate. Avea în alb şi negru, în prim-plan… un sex de femeie. Îmi dau silinţa să nu mă uit decât o secundă după care i-l dau îndărăt. Apoi realizez că fiica marelui scriitor, care între timp nu scosese nici o vorbuliţă, avea un aer destul de… satisfăcut.

Digital şi compulsiv

Realitatea virtuală a consacrat bipolaritatea lumii noastre. Uşor-uşor, s-au înmulţit site-urile paralele realului. Posibilitatea de a-ţi crea o a doua identitate pe MySpace face ca fiecare să poată dobândi sub pseudonim o viaţă suplimentară. Pentru a evita îngrămădeala şi cu grija de a reproduce în mare pe tot Web-ul aceleaşi

favoritisme ca în lumea reală s-a conceput site-ul Smallworld (www.asmallworld.com), un fel de Elveție pentru o sută cincizeci de mii de useri trecuți prin sită. Nu se abonează decât celebritățile, VIP-urile. În antiteză cu MySpace care e deschis oricărui nou-venit, Smallworld se vrea un soi de reproducere onestă a lumii reale: fără şmecherii în ce priveşte identitatea, fără cooptarea la nimereală a altor cinci tovarăşi, iar totul rămâne între noi! Avem de-a face, conform ultimei dorințe a fondatorului, fostul om de finanțe Erik Wachtmeister, cu grija de a restitui o etică Web-ului prin revenirea la vechile criterii ale elitei, dar care are în ea ceva desuet şi simultan vag-ridicol. Asta fiindcă se caută reconstruirea virtuală a aceloraşi bariere care înconjoară *the gated cities*, oraşele secret de stat, dar la *finish* nu găseşti decât iahturi şi Ferrari de vânzare, mici anunțuri *upper class*. Se mai pot înscrie avocați sau top-modele, adică fauna care de obicei populează sălile companiilor aeriene, dar magia Vienei imperiale sau strălucirea de la Curtea Rusiei s-au dus. Denumirea „Smallworld" ia în acest fel un alt sens, de lume strâmtă, de excrescență un pic bombastică a unui Rotary-Club de provincie.

Numărul mare de decibeli care invadează spațiul ne semnalează vulgaritatea unor vremuri animalice. În închisoarea Abu Ghraib soldații americani îi înecau pe prizonieri în muzică pop. Îi terminau cu mult Jefferson Airplane, Doors şi Van Morisson. Grea soartă pentru subcultură! Se ştie că naziştii alcătuiseră în lagărele de concentrare orchestre de virtuozi şi că torționarii chilieni chinuiau pe muzică de Schubert. „Beethoven dimineața, Auschwitz după-masă" şi în restul timpului Aphrodite's Child.

Paparazzo

Sub permanenta ameninţare a câte unui paparazzo amator, politica şi-a pierdut din mândrie fiindcă şi-a pierdut din spontaneitate. „Astăzi, zicea fostul prim-ministru Jean-Pierre Raffarin - iar spusa lui ar putea fi valabilă pentru toţi politicienii -, toată lumea are telefon mobil cu opţiune video. Drept urmare, o persoană publică trebuie să se controleze oriunde şi oricând. Cea mai mică greşeală capturată de un fitecine ar putea circula din ziua următoare pe Internet." Răbufnirea lui Patrick Devedjian când a calificat-o drept „ticăloasă" pe o aleasă a neamului, răbufnire filmată fără ştirea lui şi difuzată de îndată pe Internet, e un exemplu caracteristic pentru ceea ce specialiştii noilor tehnologii numesc „sub-veghere", adică o supraveghere continuă a tuturor de către toţi. Filajul generalizat e consecinţa democraţiei. Singurul contraefect e că demultiplicarea imaginilor le face să se anihileze unele pe altele. Prin absurd, confuzia generează de această dată o adiere de libertate.

ASCENSIUNEA MUSAFIRULUI NEPOFTIT, A VOYEURULUI, E ECHIVALENTUL ÎN REAL AL SPAMULUI CARE AGLOMEREAZĂ VIRTUALUL. AGRESIUNEA SCREENURILOR ESTE PERMANENTĂ. ŞI NU DOAR PENTRU SURFERUL DE PE INTERNET. SCREENUL DE TELEFON E ŞI EL ŢINTA ATACURILOR COMERCIALE, A SOLICITĂRILOR REPETATE MENITE SĂ TE FACĂ SĂ PARTICIPI LA JOCURI IDIOATE, LA CONCURSURI, LA MINISONDAJE. TOATE ACESTE OFERTE DE A LUA CUVÂNTUL PRIN SMS-URI SUNT DOAR VÂNAREA INTENSĂ DE BENEFICII A OPERATORILOR DE TELEFONIE. TE ACROŞEAZĂ, TE DERANJEAZĂ CA NIŞTE CERŞETORI, CA NIŞTE TAPEURI. LIPSĂ DE RESPECT WI-FI. ODINIOARĂ ACEASTĂ APTITUDINE PENTRU SPIONAJ, PENTRU VIOLAREA INTIMITĂŢII, AVEA O FIGURĂ TUTELARĂ: PAPARAZZO. E CATEGORIA DE FOTOGRAF CARE NU ACTIVEAZĂ DECÂT ÎN VULGARITATE, E

SIMBOLUL EI VIU: FURTUL DE IMAGINI, PĂTRUNDEREA ÎN VIAȚA PRIVATĂ A STARURILOR, LIVRAREA EI LA COMANDĂ, VINDEREA EI MAI ALES, STATUL ASCUNS ORE ÎN ŞIR, GHEMUITUL CA UN ŞOBOLAN, CĂȚĂRATUL, REPERATUL, LUATUL LA PALME, SPARGEREA APARATULUI ŞI A DINȚILOR, CONCURENȚA ÎN AFACERI LAMENTABILE, VOYEURISMUL. UN PERSONAJ FĂRĂ NIMIC STRĂLUCITOR. ISPITIT SĂ SE INSINUEZE ÎN UNIVERSUL ALTORA CA SĂŞI EXTRAGĂ DE ACOLO VENITURILE, PAPARAZZO GLORIFICĂ LATURA ÎNJOSITOARE A FOTOGRAFULUI. E PROSTITUȚIA PE DOS. ADICĂ PLĂTIT E CEL CARE PENETREAZĂ. VIOLATORUL E RECOMPENSAT.

Ajutată de mimetism, această hienă îşi găseşte o consolare în latura ordinară a victimelor care, adesea, sunt ultima verigă a lanțului şi trăiesc chiar ele din comerțul cu propria imagine, „furată" chipurile cu propriul lor consimțământ. Celebrități, politicieni, sportivi, capete încoronate, bogătaşi, o legiune întreagă de VIP-uri, de *people*, e chemată neîncetat să-şi schimbe lookul, coafura şi iubitul, pentru a trimite în desuet şirurile de imagini arhivate la agenții. Yannick Noah, pletos şi cu barba rasă, Sinead O'Connor, Madonna, Björk: o bilă tunsă zero, o blondă şi o brunetă... De data asta limita e apreciabilă. Mai ales în *cash*.

Pornografie

Noile tehnologii furnizează combustibilul asaltului general al imaginilor, al bombardamentului cu „info". Internetul şi rețeaua sa mondială oferă acces dicționarelor şi repertoarelor pornografice; vulgarizarea şi vulva fac casă bună. Monitoarele sunt portițele care nu se închid niciodată, spectacolul e permanent, iar vânzarea continuă. Cumperi, vinzi la preț redus, te vinzi. Comercializarea

oricărui lucru, reificarea generalizată, succesul site-urilor gen eBay, procesul intens care vizează transformarea poeziei de ieri într-o maşină de sedus utilizatorii ține de aceeaşi generalizare a confuziei. Totul se vinde. *Stoc epuizat*.

Mark Simpson colaborează la organul de presă gay *Out Magazine*. E un specialist al neologismelor în tendință, inventatorul dificilului concept de… „metrosexual", care vrea să semnifice orăşeanul în culmea fericirii, în *fashion* şi grijuliu cu figura lui hidratată viril. De ceva vreme îi datorăm şi termenul „sporno", mixaj de sport şi porno. E atitudinea homo, cu exhibarea pectoralilor şi feselor de bărbați, ce iradiază azi pretutindeni în revistele sportive. Aşa se face că şi echipa de rugby a Franței pozează la pielea goală, cu părțile genitale ale jucătorilor disimulate de ovalul mingii, iar fotbalistul David Beckham s-a consacrat de vreo câțiva ani ca idol al celor mai variate comunități. Să nu uităm că pe Stade echipa de rugby arborează deliberat culoarea roz pe tricou şi în tribune. Ceea ce îi scoate din sărite pe adversari.

În schimb, contrapunctul sau accesoriul mijlocaşului la înaintare plin de muşchi şi de sudoare e nevasta de fotbalist. Funcția sa principală e aceea de a „păpa gologanii" bărbatului şi de a-şi umfla garderoba în vreme ce domnul îşi umflă pectoralii şi reputația de sex-simbol. Ea încarnează în mare măsură vulgaritatea banului şi poporalizarea sportului. E o mare sugativă. Bărbatul ei? „E uriaş!" Numai pe el îl are în gură. Expansiunea pornografiei în straturile cele mai diverse ale societății e incontestabilă. *Țâşneşte*.

Într-un fotoliu.

Olivier I. şi umbra lui, Jonathan V., au produs un DVD pe care vor să-l împartă printre prieteni. Pe el se află o suită de secvențe în care nişte fete elogiază pornografia şi se scaldă-n ea cu o satisfacție pe care nimeni n-ar putea-o

considera adorabilă. Episoadele se înlănțuie mizând pe un ritm ascendent, pe exacerbarea tensiunii sale, pe climaxul mult aşteptat. Totuşi I. şi V. combat cu virulență orice acuzație de „pornografie". Ei afirmă că sunt mai degrabă autorii unei opere „postpornografice". Dacă ar fi să-i credem, acest salt progresiv s-ar explica prin faptul că în creațiile lor, spre deosebire de hulita pornografie, şi femeile se dezlănțuie în plăcere. Prin urmare ele nu mai slujesc doar pentru a „recepționa ejaculări faciale", iar asta e un progres incontestabil. Aşa se face că într-o seară am fost invitat să vizionez DVD-ul în public. Petrecerea încununată de o cină - doar era destinderea după efort - se desfăşura într-un apartament destul de destroy din bulevardul de Clichy, supranumit de ocupanții lui „zona erogenă". Şi iată-ne, vreo doi-trei gagii şi tot atâtea don'şoare cu paharul în mână, la un drink foarte cocktail şi cu fața la televizor. Totul e în regulă, totul e „sub control". Pe ecran o fată un pic cam goală îşi rulează mănuşile, după care nu ştiu ce bâlbâită îşi povesteşte noaptea de amor. Urmează cheia spectacolului: o altă fată (sau poate aceeaşi?) cu picioarele depărtate purcede la o şedință de masturbare. Cadrul este destul de strâns şi nimic nu ne poate scăpa din alunecările compulsive ale indexului şi degetului mare. Treacă-meargă... Dar tânăra fată se tot chinuie să juiseze şi spectacolul ei trenează destul de forțat. La un moment dat, asistența îşi dă seama şi începe să se plictisească, mai ales că în sală atmosfera era cam afectată şi lumea fără chef de orgii (spre regretul organizatorilor, cine ştie?). Şi atunci îmi dau seama cu o oarecare nelinişte că sunt aşezat în acelaşi fotoliu Regence în care actrița, executanta plină de îndemânare, e pe cale să facă explozie. Şi atunci, cum să zic...

Rocco Siffredi e un star porno care o vreme a beneficiat de oarece spoială intelectuală fiindcă fusese actorul principal al unui film de Catherine Breillat. Dar

asta nu înseamnă asigurare pe viață. „Douăzeci şi cinci de zile de filmare pentru trei ejaculări pe zi… iată cum te poți îmbolnăvi de prostată." În tinerețe, ne zice el, asigura şi unsprezece ejaculări pe zi… Bravo. Rocco a publicat o carte în 2006, *Rocco par Rocco. Histoire de ma vie.*[1] Coperta a patra ne îmbie: „O mare conversație, intimă şi complice, fără trucuri sau artificii." Cuvântul *vulgaritate* nu apare decât o dată, în legătură cu televiziunea: „pornografia şi violența măresc ratingul", zice Rocco. La fel şi „oricare aspect *instinctiv* al naturii noastre, dacă serveşte unor scopuri morbide. Totuşi televiziunea neagă cu nerușinare ceea ce arată, chiar atunci când arată, şi adoptă o atitudine care o absolvă preventiv de orice bănuială de complicitate cu propriul conținut. Consider acest comportament nu lamentabil, ci e pentru mine cea mai rea formă de vulgaritate."

Rocco Sifredi se consideră un actor de filme porno ieşit la pensie („Sărutând mai puțin am ajuns să gândesc mai mult!"[2]) La filmarea peliculei *Marquis de Sade* o inițiase pe tânăra Laetitia în *gang bang* (o femeie pentru mai mulți bărbați).

Autorul crede că sinceritatea (se arată deschis înființării unei şcoli de filme porno) îl protejează de vulgaritatea ordinară atribuită filmului porno (site-ul său baroc ne dă altă senzație). Suntem exact la limita vulgarității, hotar garantat de simplitatea oricărei cărți de factură populară. Dar regula discretă a celor douăzeci şi trei de centimetri care domneşte pe coperta a patra ne dă măsura întregii lucrări. E o lucrare foarte… tare. Să ne aducem aminte că Rocco precizase că „dacă îi place fata" e

1 *Rocco Sifredi, Rocco par Rocco. Histoire de ma vie, trad. din italiană de Catherine Siné, Pascal Petiot, Paris, 2006.*

2 *Ibid, p. 143*

capabil să mai adauge un mic centimentru. *So cute!*[1] Ce diversitate imensă de imagini pornografice pe Net şi ce ameţitoare, dar unde-i adevărul? Numai cărnuri retuşate, feţe surâzătoare, machiate, fals naturale, trupuri îmbinate în poziţii născocite pentru coituri infinite, palide imitaţii ale nebuniilor divinului Marchiz... Marionetele de pe Net nu au nimic din graţia abstractă şi terifiantă din *Infortunes de la vertu*. Ei alcătuiesc faţa vulgară a unei imposibile consumări a trupurilor în societatea contemporană. De la „kitschic" la vulgarul mizerabil, Net-ul ne înfăţişează un cerc infernal de trupuri pornografice bâţâindu-se fără rezerve într-un ritm exasperant şi plictisitor. Chiar din acest *surfing* fals delirant s-a născut *şicul porno*. Un mic detaliu curios în decorul scenelor - o veioză, un tablou, un motiv de tapiserie, o plantă - aduce adesea un aer de familiaritate aproape intimă în şirul de poziţii. La fel şi detaliile trupului: un sex prost epilat, un semn pe faţă, cearcăne... Nu mai e vulgaritate, ci extenuare.

Adolescentul N.R. s-a culcat cu două femei în aceeaşi zi. S-a vindecat de dragoste după isprava fizică; trupul i-a spulberat sentimentele. Din aventură nu mai rămâne decât sudoarea isprăvii. Această revenire la trup, ba chiar de două ori... iată vulgaritatea triumfătoare în cazul lui.

Cunosc nu puţină lume care ar fi dorit să fie în locul lui la fel de vulgară.

1 *„Ce drăguţ!", în lb. engl. în original (n. red.).*

6.Marea crăpelniţă

Fast-food

Mâncatul e o plăcere şi, ca toate plăcerile, te împinge către o lipsă de cumpătare. Dacă i te dedai eşti pândit de excese. Pe bulimic înghiţitul îl roade, pe ghiftuit îl consumă. Să haleşti, să devorezi, să înfuleci cu gura prea plină, săți umpli stomacul, să faci să crape cureaua, să bei fără săți fie sete, să te îndopi cu cartofi, paste făinoase, să laşi farfuria lună, săți ungi feliile, să te tăvăleşti cu coatele pe masă, să lingi bolul, săți lingi degetele, să salivezi, să împroşti cu scuipat, cu mâncare, să mesteci clefăind, să înghiți sorbind, să scoți scobitoarea, săți ascunzi scobitul cu mâna căuş, pe urmă să alergi la toaletă, să te goleşti, să mănânci şi iar să te uşurezi.

„Mirosul de rahat n-o să ne lase niciodată!" zicea răspicat *La Grande Bouffe*. Filmul lui Marco Ferreri a fost considerat la festivalul de la Cannes din 1973 o culme a vulgarității.

Auzind că am comandat două salate uşoare, chelnerul leneş şi scârbit se pronunță: „Păi, ce mare rahat faceți doar cu atât?"

TOT CE ARE LEGĂTURĂ CU ORALITATEA FRIZEAZĂ INDECENȚA. JEAN-PIERRE COFFE ŞTIE BINE ASTA ŞI VITUPEREAZĂ ÎMPOTRIVA MÂNCĂRII PROASTE, PASTELOR INDUSTRIALE, MORBIDELOR PICIOARE DE PORC, SALATELOR FADE: „ESTE RAHAAAAAT!" CE ÎNGHIȚI ESTE ELIMINAT, CE DIGERI DEVINE CARNE ŞI SÂNGE. MASA E PROPICE VULGARITĂȚII DEBORDANTE.

UN EXEMPLU: IATĂ-I ÎN PICIOARE PE UNII, TENSIONAȚI, HĂMESIȚI, ÎNGHESUIȚI CA UN ZID DE CĂRĂMIZI, ÎMPINGÂNDU-SE, DÂND DIN PICIOARE CA SĂ AJUNGĂ LA BUFETUL ASEDIAT. ŞAMPANIE,

PRĂJITURELE, PLĂCINȚELE... TOT CE LI SE PERINDĂ PRIN FAȚĂ E DEVORAT DE ACEST ROI DE LĂCUSTE CARE LINGE FARFURIILE. O RAZIE ÎN CARE NU E NIMENI ARESTAT. AUTOSERVIREA, GRATUITATEA ŞI POMANA GENEREAZĂ O FOJGĂIALĂ CE DĂ LA IVEALĂ NUDITATEA INVITAȚILOR - NIŞTE BURDIHANE CARE UMBLĂ PE DOUĂ PICIOARE.

Să recunoaştem în apărarea lor că burta are un caracter autoritar, o voință proprie. Îmbuibarea e ca o poruncă. *All you can eat*! *Steak and lobster for 9,99* $![1] Face toți banii şi chiar mai mult. „Să obții la prețul cel mai mic un efect maxim - aceasta formulă e definiția însăşi a vulgarității pentru gustul burghez.” 2 Dar, vai!, tocmai burghezii sunt adesea cei care lichidează bufetele, unii aşteptând afară, iar alții strecurându-se tiptil înainte de a fi reperați.

Etalarea mâncării, gloria magazinelor cu mâncare la pachet, s-a strecurat în vitrine ca să intre apoi în sandviciuri. Explozia de *grec-frites*, de *doner kebab* face sigură promovarea de mâncare grasă prinsă între două felii de pâine. „Adevăratele sandviciuri sunt acelea pe care trebuie să le mănânci deasupra chiuvetei. Face parte din rețetă” spunea François Forestier, jurnalistul „cinema” de la *Nouvel Observateur*, în timp ce era aplecat peste un sandvici *triple deck pastrami* la tejgheaua unui *diner* în Pittsburgh. Avea dreptate. Azi orice bulevard este o chiuvetă, totul se vomită în el. Mâncatul pe stradă este pentru japonez un summum al vulgarității. Câtăva vreme aşa a fost şi în Franța, dar clenciul bunelor maniere s-a destins, iar acum se înfulecă şi se bea şi pe trotuare, şi în

---

1 *„Mănânci cât poți!”, „Friptură şi homari la numai 9,99 $!”, în lb. engl. în original (n. red.).*

2 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit., p. 442.*

metrou. Întotdeauna eşti surprins ce apetit are fauna cea mai jegoasă! Junele care se clatină cu o sticlă de Kro în mână e imaginea alcoolistului viitorului. Vulgaritatea se hrăneşte cu o haleală bună sau cu o partidă bună de sex.

PENTRU FRANCEZ GUSTAREA „E SFÂNTĂ". O ADULMECĂ FASCINAT. O ÎNDEASĂ DE FIECARE DATĂ PE GÂTLEJUL USCAT LA FEL CUM FOŞTII AMANŢI ÎŞI DAU ÎNTÂLNIRE DE DRAGUL VREMURILOR BUNE. „PASEAZĂ-NCOA' BEREA!", „PASEAZĂ UN RICARD!", „MAI BAGĂ UNA!" „M-ARUNC LA UNA." POPULARUL FRIZEAZĂ VULGARUL. NU E DEGRADANT SĂ INTRI ÎN BAR, CONTEAZĂ ÎN SCHIMB IEŞITUL DE ACOLO, ŞCOALA PAHARULUI. LA PETRECERI TOATE BĂUTURILE CONCEPUTE DIN MELANJURI SAU MIXTURI, GEN SANGRIA SAU PUNCH, SUNT SUSPECTE. „MELANJISMUL" SE PRELINGE TOCMAI DIN ELE! ALCOOLUL BUN E PUR SAU CEL PUŢIN OBŢINUT DIN ÎNCRUCIŞĂRI CONTROLATE, RAFINATE, PE CÂND AICI EŞTI LA CAZAN! TORNI ŞI AGIŢI ÎN EL TOT CE PICURĂ, IAR DACĂ MAI PRESARI ŞI NIŞTE FELII DE CITRICE CARE SUNĂ EXOTIC ÎN PAHARUL DE METAL, CLIENTELA CHERCHELITĂ ÎNCEPE IMEDIAT SĂ COOPEREZE. TOTUL O SĂ MEARGĂ STRUNĂ; ABIA MÂINE S-AR PUTEA SĂ SE STRICE AFACEREA. ÎN ACEST REGISTRU DE TROACĂ, SANGRIA ÎŞI GĂSEŞTE CORESPONDENTUL ÎN SALATELE DE OREZ. ŞI FARFURIILE DE CARTON, ŞAMPANIA FALSĂ, SERVITĂ LA PAHARE DE PLASTIC, TE DEPRIMĂ LA UNISON. „SANGRIA MOCA PENTRU FETE-N SEARA ASTA!!!"

Un celibatar se masturbează. Apoi deschide frigiderul, scoate o sticlă de Perrier şi exclamă: „După amor, şampanie!"

IMPORTANT E CĂ LA UN MOMENT DAT PUI FRÂNĂ. ÎMBĂTRÂNIND, CHEFLIUL RENUNŢĂ LA SALATA DE CUŞCUŞ ŞI ÎNCEPE SĂ COMANDE APERITIVE LIBANEZE,

GRECEŞTI SAU ASIATICE. LA GUNOI CU SUSHI-UL! DE ALTFEL ŞI MAVROMMATIS, BĂCANUL GREC DE LUX, S-A RIDICAT ÎN TOP PÂNĂ LA CELEBRII BUCĂTARI DE OCAZIE POTEL ŞI CHABOT, GARDIENI AI TEMPLULUI DE PETRECERI MONDENE, CU SALATE DE CARACATIȚĂ ŞI CU BACLAVALE. DACĂ TOTUŞI VREI SĂ TE GHIFTUIEŞTI, MAI BINE O FACI LA VO. FIINDCĂ NICI NU SE PUNE PROBLEMA IERARHIEI ÎNTRE TOCANA DE OAIE ŞI O FARFURIE DE SUSHI. CULTURA JAPONEZĂ ÎŞI IMPUNE RAFINAMENTUL ŞI, ÎN CIUDA PROLIFERĂRII DECEPȚIONANTE - PRIN URMARE PUȚIN CAM VULGARĂ - A FALSELOR RESTAURANTE JAPONEZE ȚINUTE DE CHINEZII CARE STRICĂ REȚETELE, UN PLATOU CU DELICATESE, ARANJAT CU ARTĂ, TOT STĂ ÎN OPOZIȚIE CU FIERTURA DE TERCI. DISCREDITUL APARE ATUNCI CÂND LE AMESTECI. SE ZICE CĂ „A IUBI PE CINEVA ÎNSEAMNĂ SĂ NU FII ÎNGREȚOŞAT DE LICHIDELE LUI”. EI BINE, OSMOZA INTIMĂ PE CARE O IMPLICĂ O ASTFEL DE ATITUDINE APROAPE MISTICĂ SAU CAVALEREASCĂ O PRESIMȚI ÎN FARFURIA CU SOS. E NEVOIE SĂȚI PLACĂ VIȚELUL CA SĂ-I POȚI GUSTA CARTILAJUL, SĂȚI PLACĂ OAIA CA SĂ TE POȚI AFUNDA ÎN MĂRUNTAIELE EI, ALTFEL, FĂRĂ POETICA AMORULUI, FĂRĂ NOBLEȚEA SENTIMENTULUI, ATRACȚIA DEVINE GREȚOASĂ, O CHESTIUNE DE TÂRTIȚE. ŞI DE SOS, BINEÎNȚELES. O LUPTĂ CORP LA CORP ISTOVITOARE CU FARFURIA ŞI TRANSPIRAȚIE INCLUSĂ ÎN MENIU. PENTRU REMEDIEREA ACESTOR DEVIAȚII NI SE PUNE TOTUL LA PACHET ÎN CUTIA DIN CARTON, SICRIUL CU SOS DE SALATĂ. DOAMNELOR ŞI DOMNILOR: MAIESTATEA SA FAST-FOOD!

În 1987, Jean-Marc Parisis publica *La Mélancolie des fast-foods*, la Editura Grasset. A fost primită destul de bine. Dar dincolo de chestiunea dietetică, are o problemă de design. Pe scurt: prezentarea e grețoasă. Ambalaj din

carton, culori țipătoare, roşul omniprezent ca o hemoragie, un cotlet de vită. Totul pe un fond compozit de grăsimi şi colorant dulceag... iată ceva ce aduce bucătăria franceză de calitate în pragul disperării. Prăjitura industrială, croasanteriile cu fluviile lor de paste prost gătite mustind de amidon au luat-o, în lumea făinoaselor, înaintea spiritului mortificator al caserolei. Din metal sau plastic, ele degajă un iz de spital, de cantină, de bucătărie la comun care reifică clientela, de maşinărie colectivă ce trebuie alimentată. Am devenit cu toții acel Negru pe care Albert Londres, într-un puseu de anticolonialism, îl numea „motor cu banane". Fă-ți plinul şi ia-o din loc!

Fast-food, bufet expres... Am vrut să forțăm reducerea timpului dedicat mesei şi am transformat-o în ceva permanent. Încă un paradox. Vulgaritatea este fiica paradoxului. Birourile se prefac în săli de mese. În Franța fenomenul e mai reținut, dar în Statele Unite toată lumea ştie că un sandvici împachetat sau despachetat tronează pe masă în mijlocul paharelor de cafea, gogoşilor şi sticlelor de *diet coke*.

Mâncatul din caserolă la televizor este versiunea privată a acestei violențe publice. După ce au favorizat apariția mâncării la pungă individuală, microundele accelerează destructurarea prânzului de familie. Astăzi un *grec-frites* şi un ecran de computer, respectiv un simplu telefon mobil, constituie prin excelență hrana „tinerilor". Sacralitatea hranei a fost lovită în plin. Gata cu fandoselile. Poți să vorbeşti cu gura plină fiindcă partenerul nu-ți mai stă în față, ci se află şi el lipit de ecranul computerului său. Lumea anglo-saxonă fidelă sandviciului, tejghelei, a câştigat prin urmare la masă deschisă. Masă la care stai înfipt, pe care adormi. Eficacitatea profesională câştigă, dar pierd convivialitatea şi arta de a trăi. Încă o dată barbarul, nomadul, are întâietate în fața sedentarului, la fel cum în vechime pantalonul de cavaler elimina din

garderobă toga patricianului roman. În curând dispunerea gențiii în jurul gâtului va fi de un şic exotic, aproape o reminiscență. Teamă mi-e că vulgaritatea cea mai răspândită nu va fi cea a falşilor muşterii, a restaurantelor cu fețe de masă caroiate în care clientul este muştruluit: „Ați venit aici pentru crăpat, nu pentru frecat menta!" Aşa ceva va fi artificial, taxat drept „burghez". Vom fi la fel de rău tratați pe cât suntem deja prin pizzerii. Ceri o „o pizza Umberto, o pizza Toscano şi o pizza Julietta" şi printre două dezlănțuiri de decibeli ți se zice-n față „păi, ori Toscana, ori Umberta ori Julietta"... după cheful şefului. O să vedeți.

Erori culinare

Sunt feluri de mâncare pe care ar fi bine să le eviți în timpul unui prânz cu colegii de serviciu, dacă vrei să-ți păstrezi un dram de prestanță: andivele care te fac să împroşti cu salivă şi îți rămân printre dinți, cârnăciorul care te face să te gândeşti ştim la ce, caltaboşul care aşterne în farfurie un fin strat de scatologie. Mezelurile, porcul, cărnurile şi tot ce te face să salivezi, mâncărurile grase şi grele - toate te trag înspre vulgar pentru că sunt corporale, carnale. Uşor şi greu sunt mereu în conflict. Evanescența e grațioasă, angelică, aeriană; obezul e plin de el însuşi. Şi nu puțin! Să fii vulgar înseamnă să sari în ochi. Toate minoritățile care ies în evidență au grijă să fie aşa. Grăsanul scârbos à la Reiser are întotdeauna chiloți care se desprind şi atârnă, celulita care face din pulpă o bucată de slănină. Cu toate astea lumea e uşor-uşor invadată de obezi cu părțile intime debordând în spațiul public. Două locuri de persoană minimum, câte-o fesă pe-un loc! Televiziunea americană a devenit astfel oglinda spectatorilor care drept aperitiv înfulecă biscuiți şi-i îndeasă cu băuturi carbogazoase. Cupluri de obezi, copii

obezi, lăţiţi şi mai mult prin sticla televizorului, aceiaşi în orice cămin! Şi-atunci îşi face apariţia anorexicul, stafia obezului, bles-temul său de mâncău, care-şi strecoară printre mese spectrul său de sugrumător, scheletul său - viitorul tuturor, pulbere anunţată: „Cu cât eşti mai gras, cu atât poţi să mori mai repede."

7.Vulgarifirmă, vulgarivilă

La firmă

Hostess-ele din baruri, „şarmantele" hostess de la conferinţe, de la saloane şi reuniuni sunt vădit la limita vulgarităţii prin aceea că îşi coboară clientul la rolul de voyeur, pentru că umblă în uniforme mereu sexy şi fac pe simpaticele din obligaţie. Ele sunt prada, iar el vânătorul. Toţi muşchii minţii se pun în joc pentru a-l spoi pe delegat, reprezentant, salariat cu aureola unui seducător. Din mic amploaiat obligat să „servească" un colocviu, iată-l propulsat deodată să joace rolul de mascul cuceritor. Această complicitate a lumii afacerilor cu sexualitatea e una dintre cele mai jignitoare realităţi ale muncii şi una dintre cele mai penibile de trăit. „Vulgaritatea excitării pe care nivelul cifrei de afaceri le-o provoacă şefilor zi de zi e o erotizare dereglată", constată un salariat.

Suferinţa atinge paroxismul la sfârşitul zilei, când oamenii de afaceri se reunesc la o cină sau în barul unui hotel. Barurile hotelurilor sunt nişte incubatoare, nişte acceleratoare. Se cochetează cu lumea interlopă: mochetă groasă, lumini estompate, mese joase, fotolii adânci. Dar - ce ciudată schimbare de macaz! - observi aceeaşi desuetudine ca în saloanele afectate ale caritabilelor Rotary-Clubs de provincie sau ale restaurantelor Lyon's şi Relais & Châteaux dedate amorurilor ilegitime. Atmosfera discretă şi silenţioasă, amplificată de perdele şi feţe de

masă din dantelă, îşi găseşte perechea în plasticul de firmă al localului de noapte oferit clienților. Iar totul se petrece sub privirea directorilor de hotel. Tot personalul priveşte în tăcere şi de la distanță avansurile şi cedările, luând o față de parcă nu s-ar întâmpla nimic: iată vulgaritatea unei curiozități pline de gelozie şi dispreț. Şi, ca în filmul *The Servant* (1963) al lui Joseph Losey, sluga începe să-şi savureze revanşa. Salariatul de noapte, încins în vesta sa, are o plăcere bolnavă să le pună sub nas momeala sechestraților unei firme, ținuți în lesa seminarului de *planning*. La Lyon, de exemplu, la un club botezat *Cenobiții liniştiți* rulează un adevărat program „artistic" - numai desfătări cu „tradiție". Clienții solitari zac sub spoturile sângerii prin ungherele canapelelor de hotel şi mai tot timpul au un nu-ştiu-ce patetic care-i face vulgari. Iar sechestratul de serviciu, amploaiatul, pierde vremea, nu-şi găseşte locul, se plictiseşte - mai bine s-ar fi găsit altceva! - şi afacerea se duce de râpă.

Vulgaritatea statului împreună. „Există o degradare proprie statului împreună, afirmă cineastul Arnaud Desplechin. Într-o familie îl caut întotdeauna pe acela care nu face sex", adaugă el. Şi firma se organizează ca o familie, cu extravertiții, cu liderii şi vasalii ei. „Cultura firmei este o cultură de *gang*" susține filosoful Alain Finkielkraut. Instituțiile organizate cu forța nasc teroare, relațiile ierarhice - raporturi sexuale. „În firmă trebuie să dai limbi la greu" mărturiseşte un decepționat al spiritului corporativ. Adică erotizarea „banului muncit" îl face pe angajat, de fapt, captiv al prostituției forțate. Umilirea e fiica vulgarității. Iar dacă promovarea canapelei continuă, atunci amploaiatul singuratic e abandonat în camera sa de la hotelul Ibis şi nu mai are un colac de salvare decât în vertijul leşinat al cablului TV. Porno.

Într-o bună zi m-am trezit convocată de directorul unei mari case de modă. L-am găsit nervos fiindcă

instalația de aer condiționat din biroul lui făcea mult zgomot. Îmi zice „Uite-aşa fac cu alea care nu ascultă!" şi mimează actul sexual cu aparatul. Niciodată în viața mea nu m-am mai simțit atât de prost (Nathalie Dupuis, jurnalistă la Elle).

Trăsăturile fizice ale angajatului

Gardianul de la bar are pectorali, turnătorul nas, notarul pântece, instructorul de schi bronz ca de ceară, coafeza față acră şi, în fine, cioclii moacă de beţivan. Toți au față de meseria lor. Şi exemplele pot continua. Expresia se folosea chiar şi atunci când moda *sportswear* începuse să învolbureze generațiile şi să-i reducă pe părinți la nişte cópii *extralarge* ale progeniturilor (vezi campania promoțională a celor de la Comptoir des Cotonniers: „Aşa mamă, aşa fiică", un *surfing* pe acest concept). Judecata negativă „n-ai față de meserie" cade ca o secure. Vorbeşte de siluete, de mutre şi de profesii. Unele îți asigură spoiala socială, altele sunt semn al infamiei. Azi, bunăoară, gunoierul o duce bine. E util societății şi ea îi aşază recunoscătoare lauri pe frunte. Din conformism îți închipui mai tot timpul că e emigrant, dar adesea e un individ ieşit bine mersi din lumea precarului. Dar pe vânzătorul la cămaşă, pe şoferul de camion şi pe agentul de vânzări îi măsurăm din cap până-n picioare, îi tratăm de sus şi îi luăm peste picior. De ce? Poate fiindcă îşi numără orele şi paralele, fiindcă au mai des decât alții cămaşa murată de sudoare pe la subsuori, fiindcă fac legea prin raioane şi pe şosele şi ne impun autoritatea lor fizică, nu morală, remorcile imense, de care nu poți să treci, livrările care nu se livrează?... E posibil. Un gunoier care blochează şoseaua în plină zi îşi pierde mult din credit.

Vulgar: băiatul care ia comanda, de exemplu. E adesea marcat, îmbătrânit înainte de vreme, fiindcă respiră tot timpul sub presiune sau poate fiindcă a frecventat prea mult barul înainte de a trece în spatele lui. Are mâini puternice şi neîngrijite, părul frizat aî *l'espagnole*, cam *greasy* şi un pic *rocky*. Mâinile-i sunt spâne fiindcă le ține mereu sub jet. Scabros. Apoi patronul claustrat în culoarul barului între munții de sticle şi tejghea. Din timp în timp mai face un tur de sală. Îl doare la bască. Poartă şi el o uniformă, nu vesta cu multe buzunare, ci cămaşă, câteodată şi cravată; un speculant care se dă-n spectacol. Apoi agentul de vânzări cu lănțug, cămaşă şi vestă de un verde sau roşu țipător. Trage după el vulgaritatea ca pe o condamnare. Trebuie neîncetat să verifice ceasul, e în întârziere, e presat! Îşi suflecă mânecile hainei ca să vadă mai bine ora, să se grăbească.

Pretext: un WC turcesc cu vas.

Slavoj Zizek explică în cartea *La Subjectivité à venir. Essais critiques sur l'obscène (2004)* cum se produce evacuarea excrementelor la francezi, germani şi americani: vasele de toaletă franceze fac rahatul să dispară imediat în spate, cele germane prezintă produsul digestiei pe un soclu, iar WC-urile americane îl lasă să plutească. Traducere: în Franța faci tabula rasa (Revoluția de la 1789), în Germania eşti contemplativ (romantismul), iar în SUA, din pragmatism, te scalzi în două ape.

Vine apoi starul porno, aţâţător, cu sutienul sugrumat, sexy respingător, visul îndepărtat al jalnicilor indivizi care îl sorb din priviri. Şi peştele de pe toate coordonatele, yakusa cu părul frizat, mustăcioşii Bombayului din cartierele de prostituate... Secretarele de birou în *lamé*, leopard, foarte coafate, lăcuite, permanentizate şi cu tocuri cui. Esteticiana, coafeza. Coafura e un cuib al vulgarității, o pancartă exhibată, o

tiară, o tară. O secondează fața acră, cârlionții şi nuanța de vopsea.

Să nu-i uităm pe junii-primi cu coafuri la modă care defilează-n sus şi-n jos mângâindu-şi pleata cu mâna, cum erau la petrecerea de lansare a cărții coafezului Alexandre Zouari [1], specialistul „în cocuri de nuntă". Aceştia par a fi la o vârstă la care încă nu s-au decis dacă vor iubi fete sau băieți. Of, ce incertitudine, ce confuzie!

Urmează un personaj mai puțin stilat, dar clădit pe baze mai solide, bine ancorat pe un soclu: cumătra care se crede notabilă. Femeile de genul ei tronează în mijlocul patiseriilor sau ceainăriilor, iau la rost personalul şi-şi imaginează că plăcintele şi brioşele lor sunt bijuterii cu diamante. E vulgaritatea târguielii la mica înțelegere. E eterna profunzime de „blond caisă", inefabila culoare ce-i aureolează fața schimonosită de rânjet. „Aşa! Acum e corect! Aşa, plătesc! Eu vă mulțumesc!" Şi casierița care face pe patroana musteşte de aceeaşi vulgaritate. Şi de satisfacție derizorie. Tot un specimen foarte întâlnit e şi tipul scund cu mustața perie tăiată drept, micul funcționar, birocratul-jandarm, controlorul a ceva: bilet, macaz, sosiri şi plecări. Toți aceştia poartă acelaşi stigmat: au fețele meseriei lor. Trupul, atitudinea lor, mersul li s-au preschimbat într-o uniformă şi le trădează funcția socială. Or, în Franța, zeflemeaua cade chiar pe salahor, pe salariat, clasa muncitoare, pe zilier, pe profesoraş şi chiar şi pe patronaş. Pe slujbele care te fac mititel. Nu căutați aici mândria de a munci. Aici nu merge cu „are ce pune pe masă"… Ori eşti „Dumneavoastră", ori eşti „tu".

Vai! Adio cu prestigiul uniformei! Armata obligatorie ne-a furnizat vreme îndelungată o comoară de situații vulgare: soldățoi fără ocupație bându-şi solda prin

1 *Alexandre Zouari şi Judith Carraz, Confidences d'un magicien de la beauté, Plon, Paris, 2006.*

internatele din Toul, botezul recruților, serile la curve. Disoluția națională se exersa prin regresia în comun. Mulți încă sunt nostalgici. Graficianul Cabu, cel care a fost şi rămâne cel mai feroce caricaturist al ei, e de părere că „armata e vulgară şi-i trage pe tineri în jos: un an de bere şi concursuri de tras vânturi". Numai că azi armata a devenit pacifistă, cel puțin aşa pretinde. O trimitem pe Côte-d'Ivoire, în Afghanistan, cu misiuni de menținere a păcii, dar nu şi cu mijloacele de a o impune. Oricum, nu contează dacă e de râsul lumii sau vrednică de plâns, armata rămâne un izvor nesecat de vulgaritate - nu te duci acolo ca să „speli WC-uri"? Mai rivalizează cu ea doar sala de gardă de la Urgențe, în care faci sex ca să uiți de moarte, dar te jenează mirosul putrefact la realității din jur. Când eşti recrut trebuie să treci prin maşina de tocat a umilinței fizice pentru ca de mâine să fii în stare să le faci altora la fel. Vulgaritatea face legea, aşa că trebuie s-o împarți cu „tovarăşii".

Câteva profesii îți cer chiar să fii vulgar. Pe şantier îți trebuie oarece virilitate ca să rezişti la un frig de îngheață betonul; acolo munceşti „în curu' gol". Gardianul trebuie să aibă ochiul „format", mâncărimi în palmă şi gură spurcată ca să blocheze accesul indezirabililor la cazinou şi la clubul de noapte. Cu ceva timp în urmă un angajat al unui club de noapte din Pigalle afirma căşi repera potențialul client de departe, „doar dând un zoom pe papuci". Numai că invazia de bascheți i-a tocit simțul. Iar pe vremuri în piața Aligre exista un vânzător de legume şi fructe care avea obiceiul să țipe la clientele care-i întindeau sacoşa: „Crăcănează, doamnă, crăcănează!" Şi când reacționau râzând încremenea şi le întreba: „Da' ce-am zis?" Era neaoş. Era un umor de suprafață, ceva ca să nu prindă rugină, să nu se plictisească. Dar textul devine vulgar dacă îl pui în gura gardianului şi nobila vulgaritate rabelaisiană începe să pălească. „Măcelarul

acela avea gura spurcată şi arareori uita săşi întrebe clienta de nu vrea să-i pună şi o bucată mare-n chiloți"[1] scria Gérard Genette. Azi gluma porcoasă s-a fumat de mult: „Nu port chiloți!"

Am ajuns la agentul imobiliar. El e supus unei logici a evacuării, adică trebuie să scape de marfă. Adoră să se îmbrace în costum cu dungi tip bancher, panoplia care face casă bună cu stilul mafiot şi-l acoperă din cap până-n picioare. E vulgar. Citeşti totul pe fața lui: un borfaş pus să revândă marfa şparlită de băieții răi şi în care se coace speculantul, gorila, plasatorul, cum îl numeşte Albert Simonin în romanele sale. Un agent imobiliar trebuie să mintă. Toată lumea ştie că într-un anunț imobiliar „luminos" înseamnă exact opusul lui „însorit". „Luminos", „adică pe terasă, nene!" Trebuie să promită clientului un viitor radios, să se amestece în intimitatea cuplului şi să le gâdile orgoliul cu un dormitor, un culoar, un *dressing*, o instalație de gunoi. Binele pe care chipurile îl oferă nu e fericirea, nu! Ci e un bun imobiliar, adică viața pe credit redusă la un morman de pietre. Agentul imobiliar e o lipitoare, o gazdă intermediară ce devorează limita. Ai vrea să-l eviți, să renunți, dar intră în tine şi mai are şi acea grabă amestecată cu dispreț. Voi, ăia care vreți să vă dați toate economiile, să vă faceți datorii pe douăzeci de ani, mai că îl deranjați!!! Iar el întotdeauna e aşa de sărac la valoarea lui, mereu la strâmtoare! Oricum, aici e un cerc vicios: ori e prea îngâmfat, ori exagerat de politicos ca să fie un tip cinstit. Vulgaritatea lui porneşte din neonestitate. E un perfid, un şiret. „Ştiți, faceți o afacere foarte bună! Totul e o chestiune de raport preț/calitate."

Dialoguri de Michel Audiard. Un băiețaş îl sună pe Belmondo.

---

1 *Gérard Genette, Bardadrac, Seuil, Paris, 2006, p. 32.*

— Fii atent, te sun ca să facem o afacere bună. Am un client care vrea să-ți cumpere barca.

— Cum? Păi… nu am barcă!

— Păi, exact. Tocmai de aia ți-am zis că afacerea e bună!

Agentul imobiliar împărtăşeşte cu promoterul aceeaşi lipsă de echitate: amândoi speculanți, finanțişti de partide politice, distribuitori de mită. Întotdeauna în combinații. Şi mai sunt şi invidiați. Nu doar fiindcă lumea îşi imaginează agentul stând tolănit într-o vilă de lux cu balcon, terasă şi jacuzzi, ci pentru cele două-trei secrete pe care le aude prin apartamentele goale de care răspunde. Poate o fi un om de afaceri care-şi vede de treabă, dar ceilalți sunt sigur fără ocupație. Naturistul urban suprem.

D., arhitect, îi arată clientului, un psihanalist de renume, viitoarea dispunere a apartamentului său.

— Aici intrarea, sala de aşteptare, apoi cabinetul dumneavoastră, acolo un closet.

— Fără closet!

— Cum, fără closet?

— La psihanalist nu vii ca să-ți faci nevoile…

— OK, asta să le-o spuneți trăsniților dumneavoastră! Eu aici pun un closet!

Mai sunt şi alte profesii care-ți trezesc antipatia: paznicii de închisoare, temnicerii, însoțitorii, agenții de trafic - tot atâtea meserii în care se cere uniformă, dar nu aceea de stewardesă sau de infirmieră, care poartă în cutele lenjeriei promisiunea incitantă a unei partide bune de amor gol-goluț, ci uniforma de carceră, de bulău.

Sunt şi profesii unde „te doare la bască”, unde se respiră autosatisfacția, mulțumirea de sine. *Photographer*-ul, de exemplu, adică nu fotograful care-şi face treaba, pozele, ci tipul pentru care aparatul e un substitut, ca un sex expus, gata să erumpă în extaz. Acel tip care te fotografiază, dar ştie foarte bine că el e

adevăratul subiect. Apoi mai e şi comedianta. Nu actrița recunoscută, pentru care munca subminează narcisismul, ci aceea ale cărei efuziuni, revărsări de emoție atrag prin toate gesturile atenția că ea trăieşte mai puternic, mai intens, mai profund decât toți muritorii. Pe lângă ea noi, de fapt, suntem doar nişte turişti ai existenței! Dacă Henri Michaux putuse să scrie: „cinci minute pe zi - iată viața mea", la ea cele cinci minute se repetă din trei în trei minute.

Cronicarul TV. Şi variantele sale: animatorul, prezentatorul, comentatorul sportiv, bufonul meteo şi bufonița, pregătită oricând să anunțe o furtună care dă jos paratrăsnetele, adică toată banda aceea pe care o recunoşti fără să vrei şi despre care zici: „da' de unde îl cunosc?" De la televizor, fireşte. Toți îşi exhibă vulgaritatea mulțumirii, surâsul gras de castă a aleşilor. Umflarea lor în pene îi mătură din cale pe toți mediocrii. Respiră aerul mulțumirii de sine. Niciodată nu le lipseşte.

X, care nu e tocmai un Făt-Frumos, a reuşit să invite la restaurant o fată foarte drăguță. Numai că, iată, abia s-a aşezat şi reperează la masa vecină un tip pe care îl cunoaşte! Îi scapă numele, dar un lucru este sigur: îl cunoaşte şi chiar foarte bine! Proximitatea aceasta îi cam strică seara fiindcă privirea îi e magnetizată de tip, cu atât mai mult cu cât şi fata care cinează cu el e o adevărată bombă! Pe când se pregăteau să părăsească restaurantul, X se duce la masa lor.

— Scuzați-mă, dar am impresia că vă cunosc…

— Nu-mi dau seama…

— Da… bizar, continuă X, dar figura dumneavoastră îmi este foarte familiară!

Atunci, exasperat, străinul spune:

— Sunt actor!

— Ei… daaa?

— Daaa, actor de filme porno. Hardcore! Ai vreo problemă?

Jenă.

Jurnalista *fahion*. Ea nu-şi mai încape în piele. De altfel tipele obişnuite cu defilările de modă, nişte locuri de isterie programată unde invitaţia pe care o ţii în mână nu te scapă de o busculadă în toată regula şi unde totul începe cu întârziere, sunt un izvor nesecat de anecdote vulgare. Cum era acea redactoriţă de la o revistă lunară foarte influentă, care, murată de o ploaie din senin, cere să i se aducă repede o pereche de pantofi „de firmă" ca să arate cum trebuie. Eventual să nu fie nimeni aşa de vulgar încât să-i mai ceară-napoi!

Pe urmă, gardienii şi toate caricaturile lor cu o imagine la fel de proastă: dresorii de câini, paznicii de noapte, traficanţii de droguri şi dealerii de oraş; toţi din acelaşi aluat. În cazul lor, prestigiul uniformei s-a redus la o simplă expresie de ameninţare. Limita e întreţinută cu bună ştiinţă între legalitatea pe care chipurile sunt puşi să o impună şi ilegalitatea mijloacelor de care se folosesc - asta dacă se folosesc de vreunele - pentru atingerea scopului. Capul în gură, bocancul în mutră, braţul rupt, dinţii sparţi, sejurul la pârnaie... toate astea se citesc pe rânjetul gardianului, care dă în vileag înrudirea lui cu bine-cunoscutul paramilitar sârb, cu suplinitorul ruandez, miliţianul FARC şi mercenarul şiit.

Liderul studenţilor: ieşit nu se ştie de unde, propulsat de un vot, de nu-ştiu-care alegeri, şi deodată i se iau interviuri şi e omniprezent în toată media. E teribil de îmbătrânit, şi-a pierdut orice simţ al umorului, orice spontaneitate. Ghiceşti uşor că el, ca şi predecesorii, deja se închipuie deputat european, înscris la turul extern al cutărei comisii de arbitraj unde stai degeaba câte şase luni primindu-ţi lunar salariul, şi se crede deja ajuns.

Art dealerul, galeristul, negustorul, evaluatorul, expertul în expoziții cu vânzare. Sunt ba pe la Basel, ba pe la Miami, Shanghai, Londra, Paris… Cumpără, vând, revând; întotdeauna mai scump. În fiecare zi doboară recorduri. Nu merg decât cu charterul care de obicei e ticsit cu nababi chinezi şi ruşi cu mulți petrodolari, dar în cele din urmă galeristul nostru ajunge tot pe la clienții lui texani, mai o Elveție din când în când, un muzeu din Europa. Ooo! Ce estet, ce colecționar, ce mecena!

Avocatul mediatic, adesea angajatul tipului precedent. Părul lung, coadă, vocea înaltă, onorariile la fel. Clienți cu greutate. Adesea pierde, adică de fapt nu el, ci clientul e acela care pierde. În acest registru se ia de mână cu psihanaliştii de televiziune, care în ciuda alunecărilor şi a prostiilor turnate cu polonicul au în continuare clienți. Clienți dintre-aceia care cred că vindecarea trece prin cumpărarea de şedințe *people*.

Toți aceştia formează cohorta de personalități pe care societatea avidă de staruri îi scoate pe bandă. „*Eu*, eu sunt, nu voi!” „*Eu* sunt eu, nu ei” prefera Henri Michaux.

8.În căutarea fericirii vulgare

Turism

„Am făcut Turcia. E vax.”
Colluche

Turistul în şort alege totul cât mai scurt. Trebuie, inevitabil, să-şi scurteze pe cât poate şi impresiile de călătorie. Au pierit petrecerile suspecte de odinioară cu expuneri de diapozitive. Computerul şi folderul de imagini au exterminat şi ideea de petrecere. Azi scoți din hard disk câteva poze pe care printre două zboruri le expui printre fotografiile porno. Turistul e în decadență: transportat cu turma, a ajuns un proscris al mondializării. Ni-l şi închipuim echipat cu şapcă, chinuit de eritemul solar; se vede pe fața lui inadecvarea la peisajul local. Amatorismul de gură-cască e pericolul său cel mai mare. Turistul e vulgar; fiecare dintre noi poate fi turistul ridicol. Ne poate invada, domina fără să băgăm de seamă. Te credeai un „călător” şi când colo eşti doar un turist!

Eram ieri purtători de civilizație şi iată-ne ajunşi nişte sălbatici care calcă în picioare grădinile de flori ale Bunului Sălbatic, nişte turişti care inscripționează şi sporovăiesc, dând dovada condiției noastre de mulțime devalorizată, puşi pe fugă, cu ochelari de cal, dar chipurile mereu în căutarea unui exotism veritabil, adică detaşat de tranzacția comercială, de spirit de invadator. O culpabilitate altermondială ne va strica de-acum concediul.

Cuvântul „exotism” a apărut în 1845, odată cu puhoiul de „-isme” al secolului al XIX-lea, la Victor Segalen.

Într-o carte neterminată cu titlul *Essai sur l'exotisme*[1] el a vrut să construiască o metodă de întâlnire cu Celălalt. Sfătuia evitarea empatiei, păstrarea unei distanțe salvatoare, în general evitarea de te bate pe burtă cu autohtonul. În *Nous et les autres*[2], Tzvetan Todorov expune chiar o galerie de portrete ale „tipurilor" de călători, galerie extrasă din observarea relatărilor de călătorie. Câteva încă ne mai sunt familiare. *Asimilatorul*, de exemplu, zelatorul conceptului universalist al unui gen uman ideal. El e misionarul prin excelență. Trupele americane din Irak au purtat în oarecare măsură proiectul său politic, turistic şi în acelaşi timp… balistic.

Profitorul, omul de afaceri - acesta speculează totul în interesul său. Contrar asimilatorului, se adaptează la toate contextele. Idealul? Îl doare la bască. Mai ponderat este *impresionistul*. Se interesează de alții, dă seamă de călătoriile sale în scrieri, imagini, impresii, senzații. Este individualist, dar e rafinat. Se caută pe el însuşi în stranietatea, singularitatea celorlalți şi a peisajelor. Astfel de călători pasionați şi narcisici care nu ne relatează orice fleac au fost Pierre Loti, Henri Michaux şi Roland Barthes.

Turistul e un vizitator presat care preferă mai degrabă monumentele decât ființele umane. N-are timp de prostii, doar e în concediu! Deplasările lui în străinătate s-au comprimat în concediul cu plată. Din lipsă de altceva înclină spre inanimat în detrimentul animatului, fiindcă o cunoaştere a moravurilor umane cere timp. Şi pe urmă, a nu vorbi cu nimeni înseamnă linişte, iar grija conştiinței de sine dispare. Pentru stabilitatea lui psihică mai bine se

---

1 *Victor Segalen, Essai sur l'exotisme. Une esthetique du Divers (1918), Le Livre de poche, Paris, 1986.*

2 *Tzvetan Todorov, „L'exotique. Voyageurs modernes", în Nous et les autres. La reflexion française sur la diversité humaine, „Points Essais", Seuil, Paris, pp. 451–463.*

întreține cu cămilele decât cu oamenii. Incultura te pune la adăpost de întâlniri nedorite. Când nu vorbeşti limbi străine eşti relaxat. Ce dacă vei contribui la vulgaritatea țărilor pe care le parcurgi! Din producția de obiecte „tipice", suvenirele de „culoare locală" destinate lui, pretutindeni identice, poți să ghiceşti că acest individ secretă un humus coroziv.

Dezarticularea, climatul etilic şi deprimant al vieții expatriatului, aspectul de bază secretă, de familie națională în incest aduc îndepărtării sale un minus, compensat însă de augmentarea contului bancar. Expatriatul e un chip al vulgarității prin modul său de viață superior celui al indigenilor, prin personalul de serviciu, prin faptul că îi dă târcoale fără încetare spectrul unei întoarcerii dezastruoase la târla lui. Atunci adio, viață somptuoasă! Înapoi la realitatea profesorului, a funcționarului, a agentului administrativ! Aşteptând, expatriatul vânează tot ce îi pică. Măcar de n-ar muri de vreo boală tropicală, de vreo febră din fundul mlaştinii!... Imagine romantică, fără îndoială, fiindcă azi expatriatul se exilează la New York, Londra, Sydney, Moscova... Şi nu prea are de gând să se-ntoarcă.

Locuri vulgare

La Salonul de carte din 2007 de la Paris, careul VIP-urilor, spațiul menit pentru *exclusive people* se intitula „Seraiul". Nu e uşor să-ți dai seama dacă prin asta se înțelege promisiunea unei narghilele ori savuroase plăceri carnale oferite într-un erzaț de salon Air France. Orientalismul acesta de târg comercial e şi el destul de vulgar. Un bazar de-a dreptul exotic.

Chiar nu ducem lipsă de locuri vulgare! Localul de noapte din provincie, restaurantul de proletari, magazinul cu țoale sau, mai rău, cel de blugi de la Halles, care avea

tupeul să afişeze „ultima boarfă înainte de solduri” aşa cum pe vremuri citeai „ultimul station-service înainte de frontieră”, La Rhumerie, Queen, centrul comercial de periferie, clinica de chirurgie estetică libaneză, cazinoul şi crupierii, concesionarul Mazda, Peugeot... lupanarul cu parking... Saint-Tropez, de exemplu, şi-al său *people* - toţi amici de-ai regretatului Eddie Barclay, nişte pierde-vară în costume albe, sugative de şampanie - ...Saint-Tropez cu iahturile lui hâţânându-se în port şi cu săracii care le privesc, le comentează, le vorbesc de rău; *eşanjiştii* de pe plajă, bătrânii în tanga, cu lanţ de aur la gât şi foarte bronzaţi ca să pună în evidenţă firele de păr alb de pe trup, care destupă sticle magnum la restaurantul La Voile Rouge, fetiţele topless participante la concursul de balcoane, cu sânii ghiulele lansate spre mare, care îţi tot trec şi iar trec prin faţă, lucitoare şi foarte cambrate. Era o vreme când municipalităţile de la malul mării încă tolerau ţinuta de plajă în oraş, bărbaţii în slip, femeile în maiou prin raioanele supermarketurilor de pe Coastă. Azi, ce-i drept, nu te mai plimbi în minislip sau în minişort. Municipalităţile au făcut arestări pentru a opri hoinăritul gol-puşcă prin oraş. A rămas totuşi luatul mesei la bustul gol, *la burdihan*, cum se spune în Quebec; destul de vulgar. Expunerea felurilor de mâncare îngurgitate, regurgitate, transformate-n şunci, provoacă un exces de realitate. Masa cea mai modestă ia o alură de vanitate. Mestecatul se preschimbă în ceva morbid, în devorat. Păi, nu e viaţa pregustare a eternităţii? Cum? Era totul pe masă şi în cinci minute n-a rămas nimic? Marea ghiftuială, marea plesneală!

Alte locuri vulgare? Oriunde dai de amestecul de mulţime, de turişti, de negustori de T-shirts, fast-food-uri, hoţi de buzunare, ambuteiaje: în josul străzii Ramblas din Barcelona, câteva străzi din centrul Veneţiei, Plaka din Atena şi clona ei, cartierul Huchette din Paris, porturile şi

pleava din ele, centrele istorice intrate pe mâna negustorilor templului, Kabuki-Cho din Tokyo, unde yakusa pomădați ai lui Shinjuku, cu părul frizat aiurea, fumează țigară de la țigară în fața sex-shopurilor şi a sălilor de pachinko... şi, fireşte, la limita vulgarității, Montmartre, mai idiot decât orice cu piața sa Tertre de operetă, cu spiritul său fals boem. Vulgaritatea şi prostia formează un cuplu cu geometrie variabilă. Vulgaritatea afişată - iat-o încă în reclamele „Optic 2000", în care Johnny, cu ochii săi de husky scoşi în relief de barba nerasă de trei zile, îşi vinde marfa. Să amintim că eroul nostru național, pentru a-şi asigura succesul concertului la Vegas, a trebuit să închirieze un charter imens burduşit cu public. Un caz unic în analele showbiz-ului. Umplutul sălilor, iată o metodă pe care o experimentase Olivier Stirn, fostul ministru centrist raliat stângii. Dată în vileag, escrocheria l-a costat cariera. Vulgaritate încă o dată cu solistul Michel Polnareff pozând nud cu logodnica lui Daniellah într-un număr din *Paris-Match*; sau mai pe scurt, prima pagină din *Match* e un loc vulgar pur şi simplu. Şi cum vulgaritatea e internațională, cum ignoră frontierele, se iveşte ba ici, ba colo, câte puțin cam peste tot. Fără-ndoială, un atribut al vulgarității este să fie susceptibilă de a se ivi peste tot, în orice moment. Limita vulgarității ignoră limitele. Fără număr!

La Moscova există un restaurant botezat Galeria, o referință nu la galerele pe care le-a cunoscut Uniunea Sovietică şi care încă mai plutesc prin zonă, ci la galeria la care stai gură-cască. În acest templu al branşării, şi nu e singurul, mai sunt şi prin alte părți - la Beirut, de exemplu - în fața restaurantelor Cocteau, Market, Yabanni, unde se înghesuie numai 4 x 4 negre şi unde mai e un pic de loc doar pentru bolizii stacojii şi decapotați, aici defilează toată colecția Versace. Aici îi vezi pe noii bogătaşi, noii rusnaci... Ştrasuri, aurăraie, tocuri ascuțite, coafuri fistichii,

accesorii, genți de mână... nimic nu lipseşte. Masculii însoțitori se afişează în costumație „mafia”, *total look* Hugo Boss, ceafa lată - un aer suspect generalizat. Totuşi umflăturile de la subsuoară, marcă a revolverului, încă nu sunt ținută obligatorie. Galeria nu înseamnă chiar un restaurant de ucigaşi, nu e „Soarele alb al deşertului”, de exemplu, de la metroul Țvetnoi-Bulevard. Nu, aici se joacă doar pe cartea lipsei de măsură. Acum câțiva ani se ridicaseră podiumuri între mese nu pentru un show de top-modele, ci pentru exhibarea unui cârd de Mercedesuri. Oricine, dacă îl apuca brusc cheful, putea să-i ofere logodnicei sau gagicii un 350SE sau un 500SEL. Trandafirul roşu sau buchetul de iasomie pe care un pakistanez mizerabil încearcă să ți-l vândă („Iar flori? Mersi, nu mai are nevoie, i-am pus-o deja”) este înlocuit de-acum cu capace de roți, cu cilindri şi ABS-uri la fel de nichelate ca destinatarele lor.

RUŞII MERG CU TRENUL ÎN DUBAI. DEŞERT... ŞI DEODATĂ UN ORAŞ CU O GROAZĂ DE BANI. O MARE ISPRAVĂ PENTRU CĂ, LA DREPT VORBIND, FĂRĂ CLIMATIZARE TOATĂ LUMEA E MOARTĂ. IAR AICI DAI PESTE 80% DIN EXPATRIAȚI, DIN SHOPPING MALL-URI, DIN HOTELURILE UNDE NIMIC NU E IMPOSIBIL, CU LAGUNĂ FALSĂ VENEȚIA, CASTEL SPANIA, MEDINE, SUKK-URI, RANCH-URI, MANHATTAN... ÎN FINE, UN TURN A CĂRUI ÎNĂLȚIME FINALĂ AR URMA SĂ AJUNGĂ PE LA OPT SUTE DE METRI. E ÎNCĂ NETERMINAT DE TEAMĂ SĂ NU APARĂ UN CONCURENT LA DOI PAŞI CARE SĂ RIDICE UN TURN ŞI MAI ÎNALT ÎNCĂ. VULGARITATE PRIAPICĂ?

Şi în Las Vegas hotelul Venetia se sparge-n figuri cu un Grad Canal şi cu un pod Rialto ridicate la primul etaj. Țărănoii de Arizona şi Kansas îşi oferă un tur de gondolă climatizată şi exclamă: *Gorgeous*! Milano are restaurantul Gold, în care şi-au băgat banii Domenico Dolce şi Stefano

Gabbana, alias D&G. Acolo totul e din aur: oglinzile, mesele, candelabrele. Canapelele din piele albă şi marmura trandafirie completează aceste decoraţiuni la fel de sclipicioase precum clientela. Nuanţă pe nuanţă.

CLAUDE COHEN CUNOAŞTE PE DE ROST RUTA PARIS-TEL-AVIV ŞI O CONSIDERĂ CEA MAI VULGARĂ DINTRE TOATE. „TREI SUTE ŞAIZECI DE PASAGERI - ADICĂ TREI SUTE ŞAIZECI DE PROFITORI. TOŢI COPIII NESUFERIŢI DE PE LUME. LA ÎNREGISTRARE, TOATĂ LUMEA CAUTĂ SĂ GĂSEASCĂ O JUSTIFICARE: UNUL E AŞTEPTAT LA O NUNTĂ, ALTUL JOACĂ ŞI MAI TARE - TREBUIE SĂ SE DUCĂ LA O ÎNMORMÂNTARE. ŞI TOŢI ŢIN SĂ PRECIZEZE: «SUNT PRIETENUL LUI X, LUI Y.» DE EXEMPLU: «ÎL CUNOSC FOARTE BINE PE PATRONUL AIR FRANCE, SERGE TCHURUK.» «NU, DOAMNĂ, ACELA E LA ALCATEL!»

LA TEL-AVIV, APROAPE DE ATERIZARE, STEWARDESA CERE TUTUROR SĂ RĂMÂNĂ AŞEZAŢI ŞI SĂ NU-ŞI DESCHIDĂ TELEFONUL MOBIL, DUPĂ CARE ADAUGĂ «CELOR CARE SUNT DEJA ÎN PICIOARE LE DORIM UN BUN HANUKKA, CELOR CARE SUNT ÎNCĂ JOS UN CRĂCIUN FERICIT!»„

Bulgaritate

O idee de-a gata: „Când un tip fură vedem cleptomania, când o ţară-ntreagă fură - aceasta-i România."

ŢIGANUL ŞI IUGOSLAVUL, ŞĂTRARUL, ROMÂNUL ŞI MOLDOVEANUL TRAG DUPĂ EI DECLASAREA PUTORII DE CEAPĂ. NU INTRI ÎN GRAŢII CU ORICE MIROS. SĂ NE ADUCEM AMINTE CUM A PROVOCAT JACQUES CHIRAC UN PROTEST LA UNISON CÂND ÎN TIMP CE VORBEA DESPRE DIFICILA COABITARE ETNICĂ A SPUS CĂ SCĂRILE BLOCURILOR SUNT INVADATE DE UN MIROS

DE BUCĂTĂRIE. VULGARITATEA PUTE. E LA LIMITĂ CHIAR ŞI ATUNCI CÂND SE DĂ CU PARFUM. ÎN RECLAMA LA DEODORANTUL AXE („CU CÂT TE DAI MAI MULT, CU ATÂT AI MAI MULT"), UN FĂT-FRUMOS DE PLAJĂ SE ÎMPROAŞCĂ CU SPRAY. EFECTUL E IMEDIAT, HOARDE DE FETE ÎN RUT ALEARGĂ SPRE EL, ÎL ÎNCONJOARĂ, DIN CE ÎN CE MAI MULTE. DUHOAREA DE USTUROI, DE CONDIMENTE, ADICĂ TOT CE POATE AVEA SEMNIFICAȚIE STRĂINĂ, E RESIMȚITĂ CA UN FACTOR AL DECLASĂRII. FIINȚA RAFINATĂ E LIPSITĂ DE MIROS AŞA CUM HRISTOS NU ARE EXCREȚII.

CINEVA NE-AR PUTEA ACUZA DE RASISM, DAR ACESTA E ADEVĂRUL: IUGOSLAVUL, BALCANICUL POARTĂ POVARA MASEI VULGARE. SCRIITORUL PATRICK BESSON, CARE ŞTIE REGIUNEA CA-N PALMĂ, A SCRIS LA UN MOMENT DAT: „PE SÂRBI NU-I DERANJEAZĂ FUMUL DE ȚIGARĂ FIINDCĂ AU TRĂIT MULT TIMP ÎN CASE FĂRĂ ŞEMINEU." CEAPA CRĂPATĂ ŞI CÂRNATUL CU USTUROI TE TRIMIT LA ȚĂRĂNOI, LA DRUMUL LUI LUNG, LA NOMAD. FĂRĂ-NDOIALĂ, DE LA CIOCNIREA SPAȚIULUI LATIN CU CEL SLAV A RĂMAS O DUBLĂ POVARĂ, O DATORIE DE PLĂTIT. SĂ RECUNOAŞTEM CĂ PUHOIUL DE AFACERI MURDARE, DE FILIERE DE PROSTITUȚIE, ESCROCHERII ALBANEZE, DE CIRCUITE DE APROVIZIONARE A BORDELURILOR VIA UCRAINA ŞI MOLDOVA, TRECEREA PE ŞEST PESTE RÂUL PRUT ÎN CAMIONETE TICSITE CU FETE FĂRĂ VIITOR NU FAC DELOC BUNĂ RECLAMĂ ZONEI. „IUBIREA ÎNSEAMNĂ VIOLENȚĂ. ŞI NU DOAR ÎN SENSUL VULGAR AL PROVERBULUI BALCANIC CE SPUNE CĂ: «DACĂ NU-ŞI BATE NEVASTA ÎNSEAMNĂ CĂ N-O IUBEŞTE!»„ [1] , SCRIA SLAVOJ ZIZEK. ŞTIE EL BINE DESPRE CE VORBEŞTE!

---

1 *Slavoj Zizek, La Marionnette et le Nain, Seuil, Paris, 2006, p. 46.*

Moda *Borat* ne-a dovedit că spiritul provincial al acestor regiuni dominate odinioară de uriaşul sovietic calmează azi nevoia de exotism. Ghidul fals al „Molvaniei”[1] uza de aceeaşi metaforă, hălăduia pe aceleaşi făgaşe. Ne fascinează mârlănia țărănească, zâmbetele fără dinți sau dantura toată din aur. Şi că există încă ținuturi în care oamenii te privesc cu gura căscată, dar blindată. În Uzbekistan am văzut populații întregi cu un surâs aurifer care te îngrozeau imediat ce aveai soarele în spate. *Too much*!

Maşină

ÎN TIMP CE RECLAMELE PRODUCĂTORILOR DE AUTOMOBILE NE PLICTISESC DE MOARTE, SE ÎNTÂMPLĂ ADESEA CA ŞOFERII ÎNŞIŞI SĂ SE OMOARE ÎNTRE EI. MAŞINA E SFERA ÎNALTĂ A DECOMPRESIUNII VULGARE. DE CE? FIINDCĂ VEHICULUL E O EXTENSIE A DOMENIULUI PRIVAT. ORICE INTRUZIUNE REALĂ SAU SIMBOLICĂ E TRĂITĂ ACOLO CA O TRECERE PESTE LIMITĂ. ŞI ŞTIM CE ÎNSEAMNĂ ACEASTĂ TRECERE, SĂMÂNȚA DE SCANDAL A EXPLOZIEI DE VULGARITATE. VULGARITATEA PROVINE DIN CONFUZIE, DIN NEGAREA LIMITELOR. ORICE VULGARITATE E FĂRĂ MARGINI, TRECE DINCOLO DE ELE. ORICE VULGARITATE E NORMATIVĂ PRIN TRANSGRESARE. EA SEMNALEAZĂ HOTARUL PE CARE ÎL DISPREȚUIEŞTE. DAR CU TOATE ACESTEA TRANSGRESAREA E CONTINUĂ.

De câțiva ani obsesia liniştii merge mână-n mână cu omniprezența zgomotului, iar locuitorii de apartamente suportă tot mai puțin alarmele vecinilor. Asta nu fiindcă în maşinile transformate în local de noapte cu boxe

1 *Santo Cilauro, Tom Gleisner şi Rob Sitch, La Molvanie, Flammarion, Paris, 2006.*

superbass poți să guşti din plin muzica. E uşor de ghicit cum creşte adrenalina grație circulației haotice, muzicii dezlănțuite şi iminenței permanente a unui apel pe telefonul mobil. Când eşti prins trafic te-apucă nebunia. Recurgerea la limbajul birjăresc, insulte, ridicarea pumnului, umflarea în piept şi trântitul uşilor sunt probabil un antidot al fricii, numai că remediul agravează răul. Din nervos devii de-a dreptul posedat. Şoferul blocat în trafic țâşneşte afară din maşină şi ferească Dumnezeu de ce poate urma! Perioada de incubație s-a-ncheiat. Până şi cele mai şarmante ființe se preschimbă-n brute. Protejat a priori de carcasa de tablă, obsedat, eşti chinuit de gândul că poți fi prins fără să vrei într-o chelfăneală şi totuşi te-apuci să-i arăți muşchii. Ce mai contează că s-ar putea să dai peste un şofer şi mai nervos decât tine gata să scoată pistolul, să te doboare pentru manevra greşită, o tablă boțită un pic sau pentru o presupusă lipsă de respect! Să mori pentru un loc de parcare… cam vulgar, nu? „LOC: mereu trebuie să cauți unul", Flaubert, *Dicționar de idei de-a gata*.

Enculé! şi "Poponarule!" E înjurătura de bază a şoferului irascibil.

Enculer apare în 1734 şi cu toate astea nu figurează în Larousse pratique. În Dictionnaire du français au quotidien, ediția din 2003, se trece direct de la encroûter la encyclique. Totul într-o ordine exactă! Nici o urmă a acestui cuvânt şi a derivatelor lui nici în Le Petit Larousse din 2003 şi nici în Larousse de poche din 2005. Cu toate acestea cuvântul era deja prezent în Grand Larousse de la langue française en sept volumes (1986) şi îl regăsim în Nouveau Petit Robert, ediția din 2003, după encroûter: enculage, enculé,-ée, enculer, enculeur, apoi encuver şi encyclique… Le Grand Larousse menționează cuvântul encuirasser (Le Petit Robert nu menționează decât cuirasser şi se cuirasser) între encroûter (sunt posibile şi

variantele s'encuirasser şi s'encroûter) şi enculage... Aici totuşi se evită bine cunoscuta expresie la limita vulgarității - l'enculage de mouches, ca să nu-l plictisească pe cititor! De altfel „Indicele virulenței, încercare de barem spre folosul domnilor magistrați" din lucrarea Traité d'injurologie a lui Robert Édouard[1] menționează faptul că enculé a doborât toate recordurile, după care vine mult în urmă paquet de merde, iar éburné a căzut cu totul în desuetudine. Iar englender - cine mai face aşa ceva?[2]

În martie 2006, într-un colțişor al unei săli de clasă se putea vedea sub o fereastră o inimă desenată cu pixul pe perete, o inimă micuță, discretă, rotundă şi romantică. Săgeata inevitabilă stătea înfiptă deasupra unor cuvinte caligrafiate cu delicatețe: Je t'encule.

Maşina e un semn exterior al vulgarității. Modelul CX prezidențial al proaspătului preşedinte ales Jacques Chirac, model retro, a ajuns între timp maşină de golănaşi de cartier, BMW-ul puternic cu ceva rugină pe el ori din cale-afară de strălucitor a ajuns apanajul gangsterilor. La Beirut, pe vremea răpirilor, regii drojdiei etnico-politice semănau teroarea din BMW-urile lor cu portbagaj suficient de mare ca să încapă în ele câte un *kidnapped*. Coupé-ul sport, Opelul Tigra rotund şi scurt, trimite la parfumul de la reduceri, la straturile de make-up. Prea mult machiaj - parcă ar fi o maşină luată cu japca, o maşină care te invită din priviri.

La ultimul Salon de tuning de la Bourget, fanaticii înnebuniți după maşini customizate, decorate cu sidef sau cu diverse sprayuri superlucioase, oscilau pervers între supunerea față de omniprezenții jandarmi şi stilul

---

1 *Robert Édouard, Traité d'injurologie, „Domaine français", Paris, 10/18, 1983, p. 125.*

2 *Jean-Paul Colin, Jean-Pierre Mével, Christian Leclère, Dictionnaire de l'argot, Larousse, Paris, 1992, p. 237.*

delincvent. Forțe de ordine supravegheau publicul şi răspândeau vorbe de laudă despre standul lor. Chipurile, aduceau aminte regulile elementare ale codului rutier, adică procentul de alcoolemie şi numărul de puncte pierdute pentru trecerea peste linia continuă sau pentru cele trei pahare în plus. Afară, pe suprafața unei parcări transformate în pistă de cascadorii, meseriaşi ai derapajului făceau o demonstrație de urmăriri în Audi sub privirea severă, dar neutră a motocicliştilor de la poliția națională. Scrâşnituri de pneuri, urlete de motoare, condus agresiv, rotiri la o sută optzeci de grade... toate elementele unei uşcheli după un atac asupra băncii erau oferite publicului pe tavă, şi asta non-stop. Amestecul era uşor de ghicit şi îți dădeai seama că de pe cele două părți ale baricadei forțele de ordine şi gangsterii ucenici se măsurau şi îşi dădeau cu tifla, dar şi unii, şi ceilalți erau aproape identici, ieşiți din acelaşi mediu şi cu greu separați în două tabere, mai mult din cauza zguduirilor din istoriile de familie.

Înăuntrul holurilor expoziției se vedea că toate cuplurile aflate în vizită apreciau mai presus de orice atmosfera „branşată". Dat fiind numărul de standuri care vindeau chiloți tanga marca Opel, Toyota sau Citroën ajungeai să înțelegi că rotunjimile volanului se asortau de minune cu fesele doamnei. Şi că lenjeria inspirată de caroserie devine un proiect de mare viitor! De altminteri exista şi un stand consacrat campionatului Sound Pressure Level, adică celui mai gros sunet de motor. R5-urile vopsite kaki, eternele jeepuri-dubițe, erau trase de posesori în fața unei tribune incerte unde se busculau câțiva fani „înrăiți". Dotate cu difuzoare şi cauciucuri impresionante şi lăcuite pentru a obține câțiva decibeli în plus, aceste maşini hidoase ajungeau la viteză maximă şi până la 161 de decibeli (recordul e de 177 db). Să nu credeți că aici se asculta hip-hop sau măcar un rap mai

vechi. Nu! Aici era doar un grohăit, un răget care propulsa acul sonometrului la înălțimi stratosferice. Şicul torcea pe capote, acolo unde se întindeau „fetele minunate aduse la standul X”... Şi fiindcă sunetul înseamnă vibrație, vibrau şi fetele, şi încă cum! Ceea ce stârnea interesul maestrului de ceremonii: „Ei, domnişoarelor, simțiți vibrațiile?” Aşa cum spusese şi şoferul de sală înainte să dea drumul la başi: „Ia să vedeți cum o să pulseze!”

Dumnezeu

„Dumnezeu îşi bagă degetul peste tot.”
Flaubert, *Dicționar de idei de-a gata*

Există în Sicilia o mică biserică unde se întreține un cult pentru Santa Madonna della Confuzione. Nu trece o săptămână fără să trebuiască să o invocăm, din motive atât laice, cât şi divine. Iar credincioşii se-mbulzesc acum sub flamura ei. „Ne-am lansat într-un *boom* biblic de proporții gigantice”, constată Enrico Benedetto, fost corespondent la *Stampa*, devenit acum pastor la Clamart. De când credincioşii zapează de la o biserică la alta, necredincioşii sunt peste tot.

Hotelul Max din Seattle, establishment concept, cu opere de artă, tablouri şi fotografii în camere, covor roşu la intrare şi mochete cu dungi à la Paul Smith, oferă două servicii inedite: un pillow menu şi un *spiritual menu*. Primul se adresează trupului. Pe patul vostru o duzină de perne din pene, tari, moi, tandre, încăpățânate, înțelepte... După alegere. Al doilea vizează spiritul. Un telefon la recepție şi imediat vi se aduce cartea care să vă țină de urât: Biblia, Coranul, New American Bible, Bhagavat-gita, Cartea mormonilor, Dao de Jing, Tora, Cartea de scientologie. După cum se vede, au pentru toate gusturile. Iar lucrul cel mai frumos e formula: *Order your favorite or try something new*! După Biblie, un *shoot* de scientologie,

aşa... de curiozitate! Ca şi cum eşti adept al cheeseburger-ului şi deodată îndrăzneşti şi un bacon-cheese. Să-nnebuneşti, nu altceva!

Teologia prosperității face discipoli. Acum, dacă eşti ministru al Cultelor, se recomandă să arborezi şevalieră din aur şi amulete din diamante. Căci Dumnezeu e bun şi sfinţeşte pe bani. Biserica a devenit o trambulină a ascensiunii sociale şi dacă faci carieră la firmă în timpul săptămânii, faci carieră şi duminica în poala Domnului. Sub semnul penticostalilor, cufundați în necontenită rugă, bisericile *new-look* ale protestantismului realizează un melanj între mesajul cristic şi cultele etnice, între impoziția mâinilor şi harurile vindecătorilor. Poate-i mai bine că Biserica s-a preschimbat într-o gigantică Academie a Vedetelor. Bisericile sunt arene, stadioane, platouri TV. Adunările de prozeliți regrupați în falange sau celule de discipoli scot la iveală competiția permanentă pentru numărul de credincioşi capturați. Cine strânge câştigă. În această ambianță de chermeză de supermarket, într-o veselie agresivă care se hrăneşte din propria expansiune, publicul țintuit de ecranele unui karaoke gigant scandează în cor binecuvântările divine: „Mulțumim, Doamne, pentru viața pe care ne-ai dat-o nouă, Soldaților Împărăției Tale. Biserică de vulturi, Biserică de Campioni...” Cuceritorii mistico-business nu se dau înapoi de la nimic. Credința e de vânzare, iar clientela se înghesuie la coadă la aghiasmă.

Partea a doua

Bazooka vulgarității

„Despre educația ta… nu ştiu, dar pentru vulgaritate… du-te dracului!”

Un amic

„Ceea ce e fascinant la prostul-gust este plăcerea aristocratului de a displace.”

Charles Baudelaire

Fiindcă e un semn care te dă de gol, te declasează, o atitudine care exclude, o trecere adesea necontrolată a frontierelor, vulgaritatea capătă întâietate pentru aceia pe care îi însemnează - devine o marcă proprie. Ea poate să facă obiectul instrumentalizării. Dacă e stăpânită, devine o armă, blazonul unei epoci care glorifică asaltul neîntrerupt şi comportamentul irascibil, indignarea eroică şi gestul provocator. Aceşti adepți ai vulgarității trâmbițate fără ruşine, fără sentiment de culpabilitate şi fără reținere nu sunt nici nişte novici timizi, nici victime. Reperează ținta şi degajează câmpul de tragere şi totodată propria conştiință. Pentru ei *vulgar* e semnul unei declarații de război. Sunt convinşi că a fi modern înseamnă să fii pus pe harță şi sunt gata să scoată sabia. O greşeală involuntară, un lapsus prefăcut, derapajul, mica aluzie înțepătoare, insulta, toate fac parte din inventarul lor agresiv din ce în ce mai variat odată cu augmentarea auditoriului. Peste tot exagerarea e norma şi urlatul obligatoriu: în săli de spectacole, în cabarete, în studiourile de televiziune, de radio, pe estradă, în avanscenă, în localuri sau vagoane de tren şi în aceeaşi măsură în limbajul utilizatorilor transportului în comun, al elevilor de liceu („Doamnă, păi,

dacă mă înjură!? Normal că-l înjur şi eu!") ori al delincvenților aduşi la tribunal. Supraviețuirea depinde de ele. E prețul plătit ca să te poți extrage din grup, e forțarea inevitabilă a blocadei. Pe dosul camioanelor din India stă afişat: „Claxonați, vă rugăm!" La noi ar trebui să scrie „Urlați, vă rugăm!", fiindcă e un consemn respectat. Vulgaritatea insistentă e o rafală de arme, un semnal de asalt. O atitudine vulgară are ceva de cal troian fiindcă urmăreşte să te penetreze şi să te manipuleze. Şi atunci îți mai rămâne doar răspunsul agresiv. Violența e consubstanțială vulgarității în acțiune.

„HITLER? FOARTE VULGAR!", RĂSPUNDEA WINSTON CHURCHILL.

Un Mussolini umflat în piept şi împintenat, un Nichita Hruşciov izbind cu pantoful în masă la o întrunire la sediul Națiunilor Unite, un Hugo Chavez insultându-l pe George Bush: „Sunteți un laş, un imbecil, domnule Bush, genocidar, asasin..." - iată retorica proprie conflictului, acțiunii impulsive. „În unele privințe cuvintele vulgare şi feroce totodată produc acelaşi efect ca vederea sângelui: când te obişnuieşti să le pronunți, ideile pe care le conțin îți devin mai familiare"[1] scria Germaine de Staël. Istoria măreață viermuieşte de excese verbale bine cântărite, desăvârşite, ținute sub control. Dar şi în istoria mică se înşiruie ieşirile deplasate: de exemplu, micile expresii ale lui Jean-Marie Le Pen sau ale lui Alain Finkielkraut, poreclit *Finkielkrote*, pe site-ul lui Dieudonné, „Les Ogres".

TOT VULGARĂ E ŞI MANIERA SUMBRĂ ÎN CARE PARTIZANII PREŞEDINTELUI BIELORUSIEI, AUTOCRATUL LUKAŞENKO, ÎI DESCRIU PE OPONENȚII REGIMULUI: „O BANDĂ DE HULIGANI DROGAȚI ŞI BEȚIVI, HRĂNIȚI CU LECTURI PORNOGRAFICE"[2],

1 *Germaine de Staël, De la littérature, Flammarion, Paris, 1991, p. 307.*
2 *Le Monde, 2 aprilie 2006, p. 18.*

DETALII DE LIMBAJ FĂRĂ-NDOIALĂ, ÎN CARE MUSTESC LIPSA DE JENĂ ŞI NEPĂSAREA LAXĂ. „RELAXAREA MORAVURILOR” ÎI MÂNĂ PE EDILII NOŞTRI DIN ÎNTREAGA LUME SĂ SE BĂLĂCĂREASCĂ PRIN MOCIRLA INSULTEI ŞI A REPLICII GROSIERE. „PÂNĂ ÎN WC-URI O SĂ-I URMĂRIM PE TERORIŞTI” AMENINȚA PUTIN. ÎN QUEBEC, FOSTUL PREŞEDINTE AL PQ, ADICĂ PARTIDUL QUEBECHEZ ADEPT AL INDEPENDENȚEI, ANDRÉ BOISCLAIR, O FIGURĂ PE SCENA GAY DIN MONTRÉAL, A LUAT PARTE LA O EMISIUNE TV PE CÂND ÎNCĂ ERA ÎN FUNCȚIE. CÂND ANIMATORUL I-A PROPUS SĂ SĂRUTE PE GURĂ O ACTRIȚĂ DE FILME PORNO A REFUZAT, CEEA CE E DE ÎNȚELES, NUMAI CĂ A ADĂUGAT, PENTRU A-ŞI JUSTIFICA REFUZUL: „AVEAM IMPRESIA CĂ RĂSCOLESC PRIN PUBELE.” CA SĂ VEZI… O GHENĂ CARE SE ASCUNDE ÎN SPATELE ALTEIA!

„MONŞTRI - nici nu-i mai observăm.”

Flaubert, *Dicționar de idei de-a* gata[1]

Acum câțiva ani cuturierul Karl Lagerfeld lansa o prezentare la Bon Marché într-o punere în scenă demnă de George Orwell. Într-un stil Big Brother pur, Karl se afişa ca personaj malefic, păianjen care-şi țese plasa, un Mao la patru ace. Lagerfeld ştie de minune să te ducă cu zăhărelul şi să pună totodată bățul pe tine cu o vulgaritate asumată. Atunci când pe una dintre colaboratoare o botează „curva mea” sau atunci când se desparte de Inès de La Fressange cu o avalanşă de insulte reproduse în presă, de fapt el îşi retuşează personajul său de autocrat fără rețineri. La el vulgaritatea devine cheia care îi permite să-şi cucerească lumea. Figura de dandy pe care şi-o ia, cu reversul ei decadent: entuziasmul pentru tot ce e futil, tonul morbid (negrul vestimentar, slăbirea afişată după un

1 *Flaubert, Opere, vol. III, Ed. Univers, Bucureşti, 1984, p. 300 (n. tr.).*

regim sever, distrugerea savantă a trupului şi parodiată până şi de accesoriile exagerate, purtate ca nişte coroane mortuare), toate acestea vin să întărească fraternitatea vulgarității cu moartea.

În eseul său despre vulgaritate din 1930, Huxley menționează că anorexia tinerelor fete din înalta societate din secolele al XIX-lea şi XX era imperativă, atitudinea supremă fiind aceea de a te descotorosi mai degrabă de viață. „Să trăim? O s-o facă valeții noştri şi pentru noi" scria Huxley, citând o frază din Villiers de L'Isle-Adam[1] emblematică pentru sublimul *fin-de-sieîcle*. Trupul care trăieşte şi sfârşeşte prin a se descompune hrăneşte vulgaritatea. Un dandy nu are trup. El nu e decât aparență.

Şi un Jacques Lacan ştia să joace pe cartea acestor parametri, amestecând discursul abscons cu vorba pe şleau a birjarului care te biciuieşte cu ce-i vine la gură.

Lacan trivial? Lacan vulgar? Psihanalistul Gérard Wajcman recunoaşte în Lacan „un efect de stil; numai că la el stilul nu e omul. Stilul e celălalt, e cel căruia i se adresează. Lacan se foloseşte de vulgaritățile care-i permit să vorbească cu celălalt, fiindcă împrumută de la el aceste vulgarități. Nimeni nu ține de fapt un discurs al inconştientului, ci el ne ține pe noi. Prin urmare Lacan comite lapsusuri voluntare pentru a ne aminti că toți visăm vulgarități, până şi oamenii foarte în regulă. De altfel se şi zice că îți vin". Dacă uneori libertatea ține de

---

1 *Auguste Villiers de L'Isle-Adam, Axël (1885), partea a IV-a, cap. II, v, „L'option suprême", în Œuvres complètes, II, „La Pléiade", Gallimard, Paris, 1986, p. 672: „Să mai accepți de aici încolo să trăieşti ar fi un sacrilegiu față de tine însuți. Să trăim? O s-o facă servitorii noştri şi pentru noi. Săturați pe veci, să ne ridicăm de la masă şi, cu dreptatea cuvenită, să le lăsăm grija de a strânge firimiturile de la festin acestor nefericiți a căror natură e de a nu putea măsura valoarea realităților decât cu Senzația. – Am gândit prea mult ca să mai îndrăznesc să acționez!"*

capacitatea de a nu te supune altuia, de a rămâne dezlegat față de vorbele lui, se iveşte paradoxul următor: cu cât eşti mai înțeles de către celălalt, cu atât eşti mai puțin liber. Utilizarea vulgarității ne pune aşadar la îndemâna altuia şi sfârşeşte în aservire. Individul brutal care-şi afişează vulgaritatea e departe de-a voi săşi îndepărteze semenii, ci face un pas către ei. Ar vrea să se afirme, dar se aşază la acelaşi nivel. Atunci cum se poate ieşi din această capcană? „Stilul lui Lacan, împănat cu vorbe neaoşe, vizează să iasă din acest paradox, continuă Gérard Wajcman. El se instituie prin vulgarități, în afara convențiilor universitare şi spre marea neplăcere a Academiei. Îşi infiltrează vulgaritățile în discurs fără ca vreodată acestea să-i permită vulgarizarea lui. Discursul îşi păstrează obscuritatea! În felul acesta el nu utiliza niciodată vulgaritățile cele mai vulgare." E o vulgaritate vulgară numai pe jumătate[1].

Întrebat despre dificultatea de a citi *Finnegans Wake*, Joyce a replicat că îl scrisese pentru a da de muncă universitarilor şi cercetătorilor. Lacan pleda pentru crearea în librării şi biblioteci a unui raion cu ilizibile, unde s-ar fi aflat numai Joyce şi cu el. Iată o vulgaritate în serviciul elitismului libertar, al unei aristocrații a marginilor, poziție oricând riscantă. „Din efortul de a rămâne marginal, am ieşit din pagină" spunea Jean-Luc Godard. Mereu la limită. Vulgaritatea e un derapaj adesea deliberat. Unei spectatoare exasperate care se revoltase împotriva permanentei lui fofilări şi care-l apostrofa în termeni de genul „Când veți înceta odată să dați răspunsuri paralele cu subiectul întrebărilor care vi se pun?" Godard i-a

1 *Un exemplu: Lacan spune „e doar Unu'", formulă foarte populară şi comică, o prescurtare a unei fraze cu sens figurat ş„fiind doar unul, nu are loc nici un raport sexual"ț. „Obligatoriu, explică Gérard Wacjman, căci «este doar Unul» nu are aceeaşi putere de impact. Formula aleasă de el este cea mai potrivită". Vulgaritatea este o deflagrație.*

răspuns: „Dar, domnişoară, dacă m-aş apuca să răspund la întrebare ați uita de ea.” Distant, provocator.

8 decembrie 1909

Dublin, Strada Fontenoy, nr. 44

Dulcea mea curvă Nora,

Am făcut cum mi-ai spus tu, perversa mea mică. M-am masturbat de două ori citind scrisoarea ta ş...ț. E minunat să i-o pui unei femei care are gaze şi care scapă unul câte unul de fiecare dată când i-o împingi. Cred că aş recunoaşte oriunde unul de-al Norei, ba chiar cred că l-aş putea repera într-o sală plină de femei băşinoase. ş...ț

NOAPTE BUNĂ, PUTUROASA MEA NORA, DEZGUSTĂTOAREA MEA PĂSĂRUICĂ FUTĂCIOASĂ. AI SUBLINIAT UN CUVÂNT FERMECĂTOR, DRAGA MEA, CA SĂ MĂ MASTURBEZ MAI BINE. SCRIE-MI MAI DES DESPRE EL ŞI DESPRE TINE, MAI TANDRU ŞI MAI MURDAR, MAI MURDAR.

Jim

Pe Internet există următorul comentariu al scrisorii lui James Joyce către soția lui: *„07/03/2004, 13:39. Nu mă şochează, dar e vulgar şi total deplasat pe acest forum...”*

Eşti frustrat, băi!

În anii ’70 era ceva obişnuit şi normal să înfrunţi orice individ care disprețuia psihanaliza: „Fiindcă eşti frustrat, băi, de aia ți-e frică de psihanaliză!” Altfel zis, oricărui individ sucit i-ar trebui o şedinţă bună ca să poată accepta o alta. Cerc vicios! Ei bine, un fel de „luare pe sus” (expresia aparține lui Paul Claudel, care vedea în ea cel mai bun mod de a aborda pagina albă) a fost pusă în aplicare în anii *seventies* în ceea ce s-a numit convențional „dinamică de grup”. Confruntat cu o situație oarecare, individul e sechestrat de o acțiune colectivă şi ia parte la ea chiar şi atunci când îşi astupă ochii şi urechile, chiar şi atunci când refuză să participe. Să refuzi să te implici înseamnă deja să te integrezi cu de-a sila în comedia generală. La petreceri cel care face mai mult gât asigură şi spectacolul. Pe scurt, societatea ne obligă să trăim toți laolaltă. Claude Lévi-Strauss nota că în societățile primitive individul alungat din grup se trăgea deoparte şi se lăsa să moară. „Integritatea corpului fizic nu rezistă, scria el, dezintegrării corpului social.” Nimeni nu se desparte de grup decât pentru a pieri. Condiția supraviețuirii - iată adevărul dureroasei promiscuități omeneşti şi mărturia inexistenței noastre individuale.

„Explică-te!”, „Dar despre asta ce crezi?”... Vai, vedeți ce înseamnă să fii somat să-ți dai cu părerea la ieşirea dintr-o sală de cinema? „Deci ți-a plăcut?” sau şi mai mult: „Super, nu?” Jean Baudrillard scria că „*îmi place* sau *nu îmi place* e acelaşi lucru cu a spune: corpul meu nu e la fel ca al vostru”. În insistența de a obține o părere se ascunde exigența dezvăluirii, a denudării. Presiunea e o expresie a vulgarității care doreşte să vadă intimul expus pe tava publică. Lasă că te facem noi să vorbeşti!

ASTĂZI SUNT RARE PERSOANELE CARE SE MAI GÂNDESC SĂ SE IZOLEZE DE SOCIETATE, CHIAR DACĂ ÎN EPOCA GPS-ULUI TOT MAI EXISTĂ IMBECILI CARE SE RĂTĂCESC PE MARE, ÎN DEŞERTUL TENERE SAU PE SEINE-SAINT-DENIS. EREMIȚII, ANAHOREȚII RECLUZAȚI ÎN MĂNĂSTIRI SAU GROTE SIMBOLICE STAU LA LOCUL LOR, CHIAR ŞI GOLĂNAŞII, PÂRNĂIAŞII ŞI NEBUNII SUNT LA VEDERE. TOȚI SUNT ȚINTE LOCALIZATE. PÂNĂ ŞI SCOUTS DE FRANCE FORMEAZĂ ACUM PROPRIA LOR CATEGORIE SOCIALĂ, PÂNĂ ŞI CEI CARE FUG DIN CONFLICTE SUNT SUPRAVEGHEAȚI PRIN SATELIT. CONTRACULTURA NU MAI EXISTĂ, IAR CINE VREA SĂ SE PUNĂ ÎN CONTRA CURENTULUI DOMINANT AL VULGARITĂȚII ŞI INJURIEI, AL VORBEI MURDARE, AL PICANTERIEI ŞI PROMISCUITĂȚII SE INTEGREAZĂ ÎMPOTRIVA LUI ÎNSUŞI.

Mondializarea, un termen a cărui utilizare denotă deja vulgarizarea proprie unui clişeu reluat fără nuanțe, conține în ea procesul descris de filosoful Paul Virilio: încarcerarea într-o lume închisă, cartografiată în totalitate, o lume tot mai îngustă. Nivelarea prezentă condamnă alteritățile la a nu mai fi perceptibile decât ca reproducere a unei pseudosubversiuni. Celălalt, fiindcă vrea să se revolte contra unui sistem cu vocație totalitară, trebuie să facă şi el apel la solidaritatea nemulțumirilor, la mondializarea antimondialiştilor, la mişcările de masă. Un cerc mereu vicios, dinamică de grup. Prin urmare vulgaritatea e definită de instaurarea unor spații fără supapă, a lumilor claustrate în care fiecare trebuie să acționeze după regulile care i se impun, închipuindu-şi din când în când că le-ar încălca. Lumea de după contracultură, situaționistă, lumea post-Guy Debord şi totodată lumea simulacrului total al lui Baudrillard e un univers al vulgarității unde fiecare se chinuie să lupte într-o revoltă de insectă pe care o decriptează *live* şiruri

întregi de microscoape. Poți atunci să uzezi toată retorica vulgară, toată tehnica eficace din vremea Antichității greceşti, poți să impietezi, să agresezi, să jigneşti… riscurile sunt nule. Şi ce e mai rău, ca în orice sistem repliat pe sine însuşi, un act, o atitudine vulgară provoacă o reacție de acelaşi fel. Atunci când Sarkozy, abia ales, se duce după escapada lui de la Fouquet's spre Malta pentru câteva zile de *farniente* pe iahtul omului de afaceri Bolloré, răzbunarea cade peste el ca un val: vulgar! Dar nu cumva e manipulare? În ce constă vulgaritatea? În acest act hulit, în provocarea reuşită? În reacția programată a indignaților care nu sunt, de fapt, decât nişte marionete? În interesul excesiv pe care îl acordă media unui fenomen care ține de societatea spectacolului? Dar vulgaritatea nu se pune în mişcare şi când jurnaliştii Raphaëlle Bacqué şi Ariane Chemin publică *La Femme fatale* la Albin Michel, unde politica franceză e analizată prin prisma neînțelegerilor conjugale ale cuplului Hollande-Royal?

Andy Warhol a proclamat venirea epocii noastre drept ceva „vulgar". Aşa se face că odată cu modernitatea (consacrată de Baudelaire în toate scrierile sale şi întrupată în scandalul provocat de *Dejunul pe iarbă* al lui Édouard Manet la Salonul refuzaților din 1863) am intrat într-o perioadă vulgară din care nu vom ieşi prea curând, oricât de multe încercări am face. La vechile valori, la fostele ierarhii nu vom mai reveni. „Faptele sunt încăpățânate" (Lenin) şi dacă afară tună, atunci tună! Iar astăzi tună chiar sub ochii noştri adevărul că arta şi comerțul s-au logodit cu mare pompă. De fapt arta şi banii au fost mereu legate, numai că în secolul XX această unire s-a dezbărat de complexe. Fenomenul Pop Art şi-a fluturat stindardul victoriei. Sacralitatea şi frumusețea operei au fost măturate la o parte. Cea mai mică producție, fie şi artistică, e acum sortită să devină deşeu, aşa cum orice corp omenesc devine cadavru într-o bună zi. Freud încă

mai locuia într-o lume în care opera de artă era sanctificată, într-o tranziție de la epoca simbolistă la curentele de avangardă revoluționare, mai precis. Frumusețea ideală a artei mai slujea evadării din vulgaritate sau coborârii către real. Răsplata pentru juisarea sacrificată se găsea şi încă se mai găseşte în muzeele noastre. E legea consolării şi forța patrimoniului. Dar pentru unii astăzi totul s-a sfârşit. Frumusețea nu mai e de găsit în artă. Dacă e în altă parte poate că e peste tot. Am vizitat cu Alain Finkielkraut palatul new-look de la Tokyo refăcut de către arhitecții Lacaton-Vassal. Palatul a fost conservat în sucul său propriu şi arată ca un pliant neterminat. Finkielkraut a rămas stupefiat. „Altă dată, zicea el, în muzee se găsea mai multă frumusețe decât în exterior. Azi lumea s-a umplut de pubele şi ce mai putem găsi în palatul Tokyo? Şi mai multe pubele!" Judecata e furioasă. Descărcare la nervi. Dar chiar acesta e cazul multor opere luxoase care circulă de la târg la târg, de la Basel la Miami, de la Londra la Paris, la Köln sau Seul. Ne dă pe spate frumusețea din designul maşinilor, computerelor, obiectelor nomade, al lenjeriei sau al reclamei, dar în tot acest timp artiştii joacă doar un rol de gunoieri. Energia devastatoare a mişcării Dada din anii 1920 ne-a părăsit şi revine acum numai ca produs de marketing. Arhitectura se vrea efemeră, blugii rupți la genunchi şi pe fese, coafura de pocnitoare. Stăm suspendați între adorarea patrimoniului şi fascinația pentru exploziv şi ne clătinăm în beția agresivității. Pugilăm cu simulacre pestilențiale.

Odată cu apariția cărții *Trash* (la MEP[1] şi la Regard éditions 2007), fotografii Bruno Mouton şi Pascal Rostain, mari paparazzi tricolori, au dobândit notorietate de artişti. Iată-i expuşi la Casa europeană a fotografiei de la Paris, la

1 *Maison Européenne de la Photographie (n. red.).*

Moscova şi pe oriunde. De ani de zile răscolesc în pubelele starurilor pentru a-şi extrage materia operei, mari tablouri care pun pe tapet deşeuri recuperate de la Bruce Willis, Elizabeth Taylor, Madonna, Marlon Brando... În versiune intelectualizată, această muncă de recuperare se umflă-n pene cu o justificare sociologică şi rebelă destul de infatuată. Prefaţatorul lor, Loďc Malle, îşi intitulează scurtul text introductiv: „Actul paparazzi considerat ca una dintre artele frumoase." Găseşti totul aici, vulgata *comme il faut*: obscenitatea sărăciei favelelor, umorul lui Marcel Duchamp, denunţarea corectitudinii politice, revendicarea rolului de metec al artei, referinţa la rudologie - ştiinţa deşeurilor, mizeria ca „etic inacceptabilă", actul paparazzi ca un ultim tabu, figură ascunsă, parte blestemată a fotografiei. Vulgaritatea îşi atinge climaxul autosatisfacţiei. Carburantul acestor discursuri la fel de sforăitoare ca o sobă Godin e oferit, fără-ndoială, de pălăvrăgeala dezvoltării durabile şi pisălogeala despre reciclare. Dar cu toate astea efortul lui Bruno Mouron şi al lui Pascal Rostain aduce urâţenia în inima problemei artistice. Scandalurile provocate de Courbet, Manet, impresionişti, suprarealişti, Picasso, Duchamp, Fluxus, noii realişti etc. au făcut din arta secolului XX un imens atentat la pudoare.

„Când abordez o situaţie, mă dezgustă dinainte prin vulgaritatea ei; eu nu fac altceva decât să dozez rahat" (Gustave Flaubert, Corespondenţă[1]).

De la aşa-numita „orgă cu băşini" a lui Gilles Barbier, creată în 1996 pentru festivalul de la Basel, la *Cloaca*, maşina de fabricat excremente a lui Wim Delvoye, trecând prin porcii tatuaţi ai aceluiaşi artist, expuşi la galeria lui Emmanuel Perrotin, şi pubelele garnisite cu cornişe, scotocim prin acelaşi teritoriu, prin acelaşi îngrăşământ

1 *Flaubert, Opere, vol. IV, Ed. Univers, Bucureşti, 1985, p. 200 (n. tr.).*

din care arta îşi extrage sucul şi veniturile. Există ceva de porc în noi. Să ne amintim printre altele de filmul lui Pasolini, *Porcile* (1969), şi de cartea lui Gilles Châtelet *Vivre et penser comme de porcs* (Gallimard, 1998)… Sau în versiune ceva mai prozaică, „mațele sunt şic”[1].

PE VREMEA LUI UBU, RAHATUL ADUCEA MAI PUȚIN VENIT. VORBIND DESPRE WIM DELVOYE, NICOLAS BOURRIAUD REMARCĂ FAPTUL CĂ ARTISTUL ÎŞI ÎNSCRIE EFORTUL „ÎNTRE ELEGANȚA FRIZEI DECORATIVE, ARABESC (PORCUL TATUAT) ŞI EXCREMENT… ÎNTRE ORGANIC ŞI DECORATIV”[2].

Excrementul artistic (Manzoni), ludic, ironic, detronează vulgaritatea ordinară pentru a o sanctifica. Harababura creată e benefică.

Pe lângă descărcarea artistică, polisemia cuvântului „descărcare” ne invită la un adevărat regal: descărcarea la groapa de gunoi, descărcarea-n pantaloni, descărcarea de obligații, a alicelor în plină figură. Şi să mai amintim şi că pentru a descărca un camion trebuie să-l parchezi cu dosul.

În apărarea sa, Loďc Malle e de părere că „exista o sfânta alianță între sponsori, conservator, artist, colecționar şi negustori care influențează azi instituțiile. Numai ca sponsorii sunt totodată şi colecționarii. Prin urmare instituțiile s-au lăsat înfeudate. Mecanismul acesta e mult mai vulgar decât operele artiştilor promovați de el”.

În 2006 o expoziție de portrete a lui Andy Warhol la National Portrait Gallery din New York a provocat un adevărat scandal. Ea regrupa zece portrete ale unor evrei celebri din secolul XX, pictați toți de către Warhol: Sarah

---

1 *Renée Elkaïm-Bollinger, „De bouche à oreille”, emisiunea de pe France Culture din 8 aprilie 2007, „Al cincilea cartier sau mațele de sus în jos”.*
2 *Bing, nr. 5, p. 6.*

Bernhardt, fraţii Marx, Golda Meir, George Gershwin, Franz Kafka, Albert Einstein, Getrurde Stein, Louis Brandeis, Sigmund Freud, Martin Buber. „Abordarea e vulgară… miroase a bani…" aprecia *New York Times*, în vreme ce *Ars Forum* era entuziasmată de acest amestec de cultură şi antropologie… „această plonjare în inteligheţia".

„E vulgar pentru că transgresează limitele sacre dintre artă, cultură şi nivelul inferior al socialului şi politicii" [1], scrie Pierre Bourdieu. La fel ca arta brută, vulgaritatea exprimă violenţa constitutivă a fiinţelor şi a societăţii. Ea fracturează ordinea civilizată, la fel ca pictura corporală. MQB, muzeul Quai-Branly, care încă dezbate despre sălbatic şi civilizat, ne oferă destule în această privinţă. În acest sens vulgaritatea produce jenă dezbrăcând totul de haine şi spunând ceea ce ar trebui să rămână tăcut, anume că sub pielea întinsă curge sânge şi că e de ajuns să o înţepi ca să îl faci să curgă.

Pentru unii colecţionari, obiectul nu are nici o importanţă. Contează numai posesia. Şi ce dacă? În fond, nu există obiect vulgar pentru colecţionar. Unii colecţionează porţelanuri, alţii Ferrari, alţii pur şi simplu deşeuri. Totul e bun. La fel ca la porc: nu se aruncă nimic la gunoi. Acum nici acumularea nu mai e socotită vulgară. De fapt la obsedaţii căutării te frapează nebunia mai mult decât vulgaritatea. Colecţionarii sunt în căutarea obiectului *adevărat*, a obiectului care i-ar satisface în sine. Iar cum nu există nicăieri obiect ideal, ei trebuie să le acumuleze fără încetare. Recunoaştem că ar putea exista pretenţia de a considera o colecţie drept completă. Acel „Gata, am tot!", formulă rezervată biletelor de loto şi care nu se poate ivi fără să amintească o altă formulă, acel: „Ce să-i mai iau cadou? Că are deja tot!" a cărei vulgaritate nu

---

1 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit., p. 597.*

ştim dacă provine din izul avariției ori din inepta concepție a unei ființe omnidotate.

Warhol şi-a demultiplicat până la nesăbuire propriile creații. Asigurând trecerea de la opera de artă la marfa-obiect, minându-i statutul prin recurgerea la serie, el a operat o prelungire la scară largă a acțiunii lui Duchamp. Afară cu *ready-made*-ul care făcea din marfa-obiect o operă şi faceți loc reproducerii, confuziei semnăturii, entropiei! Invers față de Cocteau, care semnala regulat că el nu e pluralul de la cocktail, Warhol şi-a înmulțit petrecerile deocheate de tip Factory şi a valorizat cariera fulgurantă ca bulele de şampanie. Invitat odată să țină un ciclu de conferințe universitare, a expediat în locul lui o sosie care i-a jucat rolul până când într-un târziu lumea s-a prins. După demascarea escrocheriei, universitățile i-au cerut lui Warhol să ramburseze tot ce primise pentru intervențiile „lui". Să menționăm că de altminteri falsul Andy adoptase printr-un procedeu vulgar o atitudine de nonşalanță obtuză: refuza să răspundă la întrebări. Aşa părea mai artist, mai autentic. Dandismul se confunda cu snobismul.

WARHOL A AVUT O VOINȚĂ MANIFESTĂ DE A DUCE ÎN DERUTĂ, CHIAR SITUAȚIONISTĂ ÎN OARECARE MĂSURĂ, ŞI A FOST UN ADEPT RADICAL AL DETURNĂRII AUTOAPLICATE, NARCISICE. A MERS PÂNĂ LA A RECUNOAŞTE CA PICTATE AUTENTIC DE MÂNA SA SAU TRASE LA SERIGRAFIE DIN PROPRIA LUI GRIJĂ NIŞTE FALSURI EVIDENTE. PRIN CULTURA POP SUPERDANDY-UL WARHOL A REUŞIT SĂ VULGARIZEZE ÎNTREAGA SOCIETATE. SĂ FIE VULGARIZAREA TOTUNA CU WARHOLIZAREA?

O asemenea trăsătură de spirit ar putea fi şi ea asimilată unui proces vulgar prin aceea că face apel la lovituri ca săşi transmită mesajul. Ea vine să perturbe discursul, îl mânjeşte cu un derapaj chiar şi atunci când îl

înnobilează. Peste tot se operează o delapidare. Vorbirea e şlefuită şi deodată se insinuează un „banc bun" şi... bang!, rămâi împuşcat. O pată stacojie. De când cu Freud, scoaterea petei e treabă uşoară. Acesta îşi asumase deja rolul de provocator. În vreme ce normalitatea cerea săți sacrifici plăcerile, Freud îndrăznea să apere masturbarea infantilă. Dați drumul juisărilor! Fără opreliști, vă rugăm! Numai că, iată, un secol mai târziu trăim într-o lume în care Freud e superstar. Toată lumea vrea să juiseze la maximum sau cel puțin să revendice asta. „Începând de atunci, zice Gérard Wacjman, psihanaliştii au mereu grijă să şi-o tragă. Iar un fotograf ca Nan Goldin a ajuns săşi atârne prin muzee chiar autobiografia înfierbântată. Şi pentru asta mai e şi plătită - şi chiar foarte bine! Mai mult, în vreme ce psiho' ăştia stau şi aşteaptă clienți, spectatorii ei se bulucesc să vadă ce-a mai agățat." Sigur că munca lor are mai multă valoare decât un program de telerealitate, numai că cei doi participă la o mişcare generală în care oamenii se povestesc indefinit (emblematic e succesul blogurilor) aşa cum pentru paranoic totul trebuie să fie notat pentru a ajunge la statut de real. Când Freud câştigă, toată lumea vorbeşte, când Freud pierde, nimeni nu ascultă. Mişcarea aceasta e continuă, neîncetată. E vană, dar totuşi e mişcare.

„Psihanaliza, mai spune Gérard Wacjman, a devenit la rândul ei o marfă. Li se cere domnilor psiho' să devină rentabili. Eşti impotent? Te evaluăm. Eşti performant? Cum aflăm? Dacă ar fi să invoc o expresie care să rezume cel mai bine acest proces şi vulgaritatea care-l acompaniază ar fi: *trebuie să funcționeze*. Asta-i vorba maestrului modern." Lacan l-a intuit când a spus: „O chestie fundamentală cu care avem de-a face e rateul." Soluția lui faimoasă: „Nu există un raport între sexe" avea sensul că în ciuda eşecului programat al oricărui act erotic, el trebuie mereu şi mereu reîncercat. S-ar putea susține că

singura contracultură care ne mai rămâne e aceea a eşecului susținut de dorință. *Nec spe nec metu* („Nu spera şi nu ai teamă!") se citeşte pe zidurile palatului Ceaiului, deviza Isabellei d'Este-Gonzague (1474-1539), marchiză de Mantua. Însă azi dacă admiți eşecul eşti socotit vulgar. Faceți loc performanței! Trebuie să funcționeze!

Aşa se face că în Anglia o nepoată de-a lui Freud a ajuns să animeze un talk-show televizat în cursul căruia primea artişti şi oameni politici. Ca dispozitiv scenic: un pat. Reflectase atât de bine la tehnica divanului inventată de bunicul ei, încât îl mărise. Dar pentru Freud divanul era mai degrabă un catafalc decât un pat în care să ți-o tragi, era un pat al solitudinii. De data asta însă, invitatul şi animatoarea stau în fața camerelor alunecând împreună printre cearşafuri şi-şi oferă un coit verbal în public. Cu un „nu în seara asta, dragule" agățat ca o amenințare, aceea a eşecului, invitații erau somați să facă în aşa fel încât „să funcționeze". Trebuia să li se scoale.

De altminteri ar trebui să ne interogăm şi asupra impactului la public al decorării sitcomurilor şi platourilor de televiziune. Culorile țipătoare, bucătăriile, divanurile, uşile, lustrele, toate acestea sunt adesea de cel mai prost-gust fiindcă trebuie să „facă valuri" sub *sunlights*.

Pat, masă, mobile, design, decorațiuni, „deco", picturi, postere, mochetă, bibelouri… iată tot atâtea domenii propice exprimării vulgarității. Cine a frecventat hotelurile din Las Vegas ştie ce înseamnă mochetă. Kilometri de gazon sintetic supraîncărcat cu motive florale, rozete, toată heraldica de operetă. Nu e nimic angoasant în faptul că Nicolas Sarkozy şi-a petrecut prima sa noapte de preşedinte al Republicii cu gaşca la Fouquet's. Atâta doar că a trebuit să se afunde în decorațiunile Garcia: hamuri groase de piele, ecrane plate, stilul fals de cabină de pachebot cu ținte de aramă bătute în uşă - poate o presimțire a iahtului pe care avea să plece. Când un

Philippe Starck îşi desenează colecţia de fotolii din plastic intitulată Louis XX el îşi asumă lipsa de gust şi o derută spirituală care explică în întregime reverenţa şi disprețul lui simultane pentru capetele încoronate. Iar când desenează buturugile, pătrunde în mijlocul kitschului. În fine, când expune în galeriile proprii lampadarele cu picioare-kalaşnikov devine cu bună ştiinţă vulgar. Comercializând la preț de mai multe mii de dolari o veioză cocoțată pe o armă placată cu aur masiv ştie că va şoca. Sigur că îşi ambalează opera într-un discurs primitiv: armă = bani = dolari = luptă pentru supraviețuire = moarte… dar e o filosofie de doi bani care nu ține mai mult de cincisprezece secunde. Desigur, numeroşi artişti au reuşit să deturneze semnificația armelor de foc: Warhol, cu pistolul 45 Magnum şi scaunul electric, dar şi Yvonne Lee Schultz care, în seria sa *PP/Blue Onion*, creează pistolete din porțelan aşezate delicat lângă o ceaşcă de ceai cu aceleaşi motive de inspirație Delft.

Expoziția din 1991 *High and Low* de la MoMa, muzeul de Artă Modernă din New York, a fost una a conjugării artistice a modernității şi a avatarurilor ei. O alta la fel de revelatoare a urmat: cea intitulată *Dincolo de spectacol* din 2000, la Paris în Centrul Pompidou, o clădire atât de des calificată drept o oroare arhitecturală şi cu toate astea în grațiile publicului de treizeci de ani. S-a putut constata acolo cât de mult s-au accelerat schimburile dintre sus şi jos, rafinat şi vulgar. Artiştii făcuseră din vulgaritate o materie hiperactivă. Realitatea e că epoca noastră entropică şi antropică nu mai ştie ce să facă cu tonele reale de deşeuri, iar materia pare a-şi lua revanşa față de înălțimile ieşite din spiritul Luminilor. Totuşi iubirea pentru frumos n-a dispărut, mărturie stă arta totală a lui Matthew Barney. Trupul său atletic se pretează la toate protezele şi extensiile de un baroc pe cât de prețios şi monumental, pe atât de ambiguu. Frumusețea locuieşte şi

în formatul sex mare al obiectelor kitsch ale lui Jeff Koons, în nobilele lui ejaculări pe fesele binecuvântate de măritiş ale Cicciolinei, de care astăzi s-a despărțit. Acele fotografii mari intitulate *Made in Heaven* nu au suferit decât cenzura edițiilor Taschen. Prin urmare arta rămâne un mare bordel filosofic la fel ca pe vremurile *Domnişoarelor din Avignon* (1907) ale lui Picasso, considerate în epocă urâte, vulgare, scandaloase. Vulgaritatea artistică asumată şi ironică permite evacuarea apăsătoarei morale, numai că riscul e să se ajungă la afirmarea unei morale noi, *people*, unde se utilizează toate resorturile vulgarului: brutalitate, provocări, deturnări, promovarea personajelor virtuale (Mickey, Michael Jackson…), autopromovarea şi mai ales banii, banii şi iar banii.

Televiziunea şi-a dat seama că poate utiliza vulgaritatea ca armă de război. În felul acesta umilirea a devenit o a doua natură televizuală (întreruperea cuvântului, vorbe provocatoare, insulte, apariția martorilor cărora tocmai li s-a făcut un portret caustic…), iar vulgaritatea şi-a găsit aici un tărâm privilegiat de expansiune. Laurence Boccolini a devenit muza ei malefică. Îmbrăcată în negru ca o preoteasă a unui cult suspect, obeză şi prin urmare impasibilă de şarm discret, animându-şi emisiunea cu biciul, şi ce mai emisiune! Aşa a ajuns „Veriga slabă” să promoveze piedica şi răzbunarea josnică la rangul de strategie. Şi selecția prin trădare. Excluderea din competiție a celui mai slab însemna adesea eliminarea celui mai puternic fiindcă era cel mai temut. Promovarea mediocrilor era astfel asigurată.

Aici vulgaritatea ține de procedee, de tonul sado-masochist general, de complicitatea tuturor cu această metodă tupeistă. Telespectatorul e invitat să-i împroaşte pe concurenți, să ia locul poliției. Fraierii sunt candidați, călăii îi execută, poporul aplaudă. „Bine le-a mai făcut! Aşa le trebuie!” Fireşte, emisiunea se vindea

chipurile ca emisiune de „cultură generală”, dar nimeni nu era idiot. Generală era numai josnicia. Prin urmare avem o emisiune vulgară sau e doar reflectarea sociologică a unei mari fineți? Ambele. Vulgaritatea îşi câştigă titlul de noblețe prin aceea că proclamă înalt tot ceea ce vremurile au declasat. Walter Benjamin îşi dădea seama de acest fapt atunci când condamna plăcerea perversă pe care a căpătat-o lumea noastră de a-şi contempla propria dispariție.

TOATĂ LUMEA PRICEPE CE E UMILIREA. O SURSĂ A EI O CONSTITUIE NENUMĂRATELE FORMULARE ŞI RECOMANDĂRI DE CARE SUNT PLINE CUTIILE POŞTALE. MAI CONCRET, SĂ PRIMEŞTI UN DOCUMENT OFICIAL AŞA CUM PRIMEŞTI O UŞĂ-N NAS. SUNTEM TOȚI PUŞI LA ZID DE UN JARGON ADMINISTRATIV, DE FORMULĂRI INEPTE ŞI INCOMPREHENSIBILE. ELE PRODUC MOMENTE DE URIAŞĂ SOLITUDINE, DE MICŞORARE ÎN FAȚA PUTERII PUBLICE, CÂND AFLI CĂ O UŞĂ TRÂNTITĂ O DATĂ PENTRU TOTDEAUNA NU VA MAI FI DESCHISĂ DIN NOU, CĂ NU SE VA DA NIMENI LA O PARTE CA SĂ POȚI TRECE DINCOLO DE EA. DAR NICI DOMENIUL PRIVAT NU ESTE SCUTIT DE ACEASTĂ VIOLENȚĂ CARE ÎMPARTE POPULAȚIA ÎN DOUĂ: ÎN VERSAȚI ŞI NOVICI, ÎN CEI CU LOC ŞI CEI FĂRĂ. REȚETA ILIZIBILĂ A MEDICULUI, DEVIZUL EZOTERIC AL MECANICULUI AUTO, SCHEMA HIEROGLIFICĂ A UNEI MAŞINI DE SPĂLAT, EXPLICAȚIA MITRALIATĂ ŞI DISPREȚUITOARE A RESPONSABILULUI INFORMATIC: „AȚI ÎNCERCAT SĂ INSTALAȚI MAI ÎNTÂI BIROUL VIRTUAL?”, TOATE ASTEA FAC PARTE DIN UMILIRILE PE CARE FIECARE TREBUIE SĂ LE ÎNFRUNTE ÎNGHIȚIND ÎN SEC ŞI CONSUMÂNDU-ŞI INCOMPETENȚA. DAR FOLOSIREA INCOMPREHENSIBILULUI PE POST DE MITRALIERĂ NU E TOCMAI UNUL DINTRE MODURILE ÎN CARE OPEREAZĂ VULGARITATEA? NU E UN ATU AL CELUI

PUTERNIC ÎMPOTRIVA CELUI SLAB ŞI DE CARE APOI CEL SLAB VA UZA ÎMPOTRIVA SEMENULUI SĂU? FUNCȚIONARUL SOVIETIC, FUNCȚIONARUL MĂRUNT DIN LUMEA A TREIA, CONȚOPISTUL EGIPTEAN, BIROCRATUL DE WYOMING ÎNVESTIT CU O PUTERE ANEMICĂ, DAR CARE VREA SĂ-I SIMȚIM GREUTATEA - IATĂ TOT ATÂȚIA ISTERICI DEBORDÂND DE VULGARITATE PERVERSĂ. „NU-L LUAȚI ÎN SEAMĂ, E UN TIP SLAB!" SPUNEA BERNANOS DESPRE HITLER ÎN 1933.

„S-ar părea că regresăm către o epocă de pachiderme şi ar fi lipsit de onestitate să le cerem să ştie cum să se poarte în muzeul de sticlă", spunea în anii '40 Cristina Campo. Vulgaritatea e un atac frontal. Ilustrarea ei sunt spamurile care năvălesc pe monitoarele calculatoarelor, perturbându-ne lectura şi pulverizându-ne concentrarea. Vulgaritatea e o sfidare. Individul plin de siguranță, mulțumit de sine, tipul plin de figuri sunt tot atâtea ipostaze la limita vulgarității. Vulgaritatea îți sare în ochi când un autor de reclame exclamă satisfăcut: „Bun aşa, acum eşti real!" sau când un şef de serviciu se laudă că şi-a „anulat toate întâlnirile", când un client aruncă meniul restaurantului şi cere să fie servit azi „cu ce-ai mai scump", când un armăsar în călduri întreabă cu falsă modestie: „Acum eşti fericită?", când un 4 x 4 îți ia fața, iar la volan se afişează un *hummersexual*, după expresia lui Mark Simpson, inventatorul *supersexualului* (heterosexualul sentimental şi la modă). Vulgare sunt şi scrieri de genul *Je suis de droite et je vous emmerde* de Antoine Bueno [1] sau *Baise-moi* de Virginie Despentes. [2] Eficacitatea e aceeaşi: afirmativ şi imperativ. Adică nu te mai încurci în convenienţe, ci spui direct ce gândeşti. De

1 *Antoine Bueno, Je suis de droite et je vous emmerde, Hébien, Paris, 2007.*

2 *Virginie Despentes, Baise-moi, Grasset, Paris, 1993.*

altminteri insulta şi amenințarea sunt adesea urlate: „Valea!”, „Întinde-o!” „În mă-ta!”, „Vrei să-ți trag una?”, „Marş, boule!” Imperativul e în general semnul vulgarității: „Sunați imediat la 3615 Lula!”[1], „Sonerii de mobil pentru 1,32 euro şi chiar şi melodia dumneavoastră preferată! Nu mai aşteptați! Veniți acum!” Totul pentru a produce presiune, presiune şi iar presiune, pulsiunea, impulsul, în fond o viață redusă la câteva butoane de control.

VULGARITĂȚII NU-I PLACE SĂ FIE CONTRAZISĂ. CA SĂ AJUNGI LA EXTREM, SĂ CLAMEZI SLOGANUL: „SUNT VULGAR ŞI MĂ LAUD!” ŞI SĂ ARUNCI PRIVIRI SCURTE - „CE AI, BĂ, TE DERANJEAZĂ CUMVA? „ - E NEVOIE DE UN PIC DE DANDISM, DAR MAI ALES DE IMPERTINENȚĂ ŞI AGRESIVITATE. TOATE VORBELE DE GENUL „UITE CUM STĂ TREABA”, „AM ZIS! PUNCT” CARE VOR SĂ PUNĂ PUMNUL ÎN GURĂ ŞI SĂ-I REDUCĂ PE OPOZANȚI LA TĂCERE NU INTENȚIONEAZĂ SĂ DISIMULEZE VIOLENȚA, CI SĂ O EXHIBE CÂT MAI LEJER, ÎN SEMN DE AVERTISMENT: „COMENTEZI?”, „ŞTERGE-O DE AICI!”, „BA-I CUM ZIC EU ŞI GURA!” FĂRĂ DISCUȚII! ÎN VULGARIA NU SE COMENTEAZĂ.

Un martor al unui eveniment monden: „Când veneai de la Barcelona, erai încărcat de vulgaritate. Într-o zi, la o întâlnire a realizatorilor de publicitate, revenise fără încetare numele Mercedes Erra: *Mercedes a zis că, Mercedes e de părere că…* La un moment dat începe să ridice glasul patronul unei mari companii internaționale: «Dar cine-i, dom’le, Mercedes asta, e curva aia spaniolă?» Mercedes asista şi ea la întâlnire. După aceea a devenit preşedinte şi director general al agenției publicitare Euro-RSCG-Havas.”Un patron către angajatul său: „Aici n-ai venit ca să gândeşti; ai venit ca să dai telefoane.”

---

1 *3615 ULLA – adresa unui site în rețeaua Minitel, loc de întâlnire a fanteziilor erotice (n. red.).*

Sau încă o imagine grăitoare: un patron care-şi concediază colaboratorul cât ai zice peşte, fără să se oprească nici o clipă din semnat cecuri în faţa lui.

Violenţa şi vulgaritatea merg mână-n mână; interfaţa dintre ele e minusculă. Vezi vulgaritatea mafiotului în dungi şi ochelari negri, şosete în două culori, vezi ţinuta rapperului ori a dealerului de droguri instalaţi în BMW-uri rebranduite. Un proverb sicilian zice: „E mai bine să ai parte de putere decât de sex." Vulgaritatea violenţei ţine de sexualitatea sa. Asta se vede în bancurile rasiste. Bunăoară în cele cu negri care mereu sunt un pericol pentru fete, fiindcă-s bine dotaţi - un motiv în plus de a fi urâţi de către nostalgicii dominaţiei albe. Aici se instaurează limbajul care linşează, derapajul care umileşte şi face de ruşine, vulgaritatea umilitoare şi batjocoritoare. Aici e latura sado-maso a vulgarităţii, puterea ei animalică, a lui „te sparg, bă!" Vulgaritatea brută dezvăluie cel mai adesea lipsa educaţiei, în timp ce vulgaritatea instrumentalizată e rodul educaţiei pervertite care îşi găseşte plăcerea într-o putere intelectuală.

Dar să nu uităm banii folosiţi ca maşină de război, aruncaţi în faţă, afişaţi în toate formele: bijuterii, maşini, blănuri, femei, costume, ţesături şi chiar dinţi din aur şi scarificări. Aici Vuitton are o reputaţie de neşters. Clientela sa e socotită vulgară fiindcă îşi expune produsul aşa cum expui tatuajele războinice. Şi fiindcă e de extracţie dubioasă.

Apoi rasismul, xenofobia şi homofobia cu darea în vileag a orientării sexuale, toate aceste bizarerii care îşi găsesc un teren de joc în denunţarea „străinilor care vor să ne cumpere", cu atât mai mult cu cât puterea înspăimântă: chinezi, ruşi, saudiţi, indonezieni, dubaiţi... invadând deodată dincolo de aria rezervată lor, umplând terasele, ocupând cele mai bune mese. Sunt ei vulgari? Vulgari, fără-ndoială, în comparaţie cu decenţa burgheză, vulgari

ca păpuşile lipite de parbrizul unor Range Rover ce gonesc prin Place de la Concorde, ca grilajul montat pe bara de protecție a bolizilor (doar trebuie să fii cât mai prudent!), vulgari ca un Ferrari roşu, un Lamborghini cu zumzăit superascuțit ce trezeşte pe cei două sute de pacienți ai spitalului din colț, vulgar ca un membru al clubului Hell's Angel care grohăie din motorul lui uriaş închipuindu-şi că rabla lui zgomotoasă are înălțimea de stil a unui cvintet de Schubert. Spre deosebire de caracterul *show-off* al firmei Vuitton, Hermès pozează în respectabilitatea fără fisură. Comparând inaugurarea a două *flagships*, a „navelor-amiral", adică a buticurilor *oversized* din Tokyo, Seul, New York, poți să pricepi ce diferență e între standardele celor două firme. În seara marelui *opening* Vuitton livra cifra de afaceri a zilei în vreme ce la Hermès vorbea despre pictură şi poezie. Într-un fel Vuitton şi Hermès reprezintă două modele ale condescendenței. Unul fără ipocrizie, celălalt fără mişcări greşite. Unul demoniac prin pretenții, celălalt insuportabil prin nonşalanța factice. Iată de fapt cele două forme ale vulgarității franceze. Ele creează atât de multe locuri de muncă, ele susțin atât de mult renumele Franței şi al industriei sale de lux, încât demonstrează cu succes că şi vulgaritatea sub formele ei diverse e un compresor, un tăvălug, genialitate în stare brută.

În capitolul *Golf* din opera sa compozită intitulată *Bardadrac*, Gérard Genette evocă un articol apărut în *New Yorker* în care se aducea la cunoştință revolta unei comunități de la țară. Locuitorii oraşului Norfolk, un fief al albilor anglo-saxoni protestanți, s-au opus proiectului prin care se dorea amenajarea pe teritoriul lor a unui... teren de golf ultimul răcnet. Adepții Nimby (*Not in my backyard*) au fost de părere că un teren de golf va atrage o clientelă pe de-a-ntregul vulgară, alcătuită din nou-îmbogățiți şi poate, „date fiind legăturile promoterului, vreo câțiva

şmecheraşi de la Casa Albă". „La Guermantes, mai scrie Gerard Genette, nu s-ar fi acceptat niciodată primirea unui personaj atât de ordinar ca un preşedinte al Republicii..." Ar merita să ne oprim o clipă asupra afacerii. O prietenă suspusă dintr-o agenție publicitară ne-a semnalat că însuşi Jacques Séguéla, ca să indice locul vilegiaturii lui din Corsica, şi-a rezumat poziționarea prin GPS prin formula „priveşte deasupra găurii cu nr. 13". E aşadar aproape sigur că se găsea undeva pe traseul unui teren de golf cu optsprezece găuri. Adăugând că nu poate fi departe de Michel Sardou, a continuat: „Întreabă-l la ce gaură stă." Şic, nimic de zis!

Un preşedinte al Republicii care decide să se tutuiască cu toți miniştrii - iată ceva ce îți dă de gândit. Fiindcă dincolo de aspectul bonom şi amical al vorbirii pe şleau ghicim violența stilului direct ca un pumn în burtă ori o palmă peste ceafă. Nu te mai sinchiseşti de întorsăturile şi piruetele vorbelor sau de ghilimele. Pui totul în aceeaşi oală.

Un funcționar ministerial însărcinat cu licitații şi-a instalat surprinzător birourile în imobilul Time Warner pe Columbus Circle din New York. Această clădire poreclită „lamele de ras" din cauza agresivității sale de oțel gri e considerată o culme a vulgarității. E adevărat că fiind situată la subsolul *food* suprafața uriaşă împrumută atribute ale consumului şic: produse de calitate, dar la preț usturător. Oricum, a te instala acolo unde nu se cade e încă o manieră de a uza de vulgaritate pentru a vorbi despre tine. O manieră de a surprinde, de a nu fi la locul cuvenit, de a nu sta acolo unde ți-e locul. De altminteri, când afli că acest ansamblu urban a luat naştere pe ceea ce odinioară era un cartier în care se luptau evreii cu italienii, apoi negrii cu portoricanii, comunități pe care le regăseşti în *West Side Story* (adaptare a unui roman a cărui acțiune se petrece la Columbus Circle), îți dai seama

că opțiunea adjudecătorului nu e lipsită de sare şi piper. Locurile au viața lor şi îşi schimbă statutul. În anii ”70 s-a decis raderea cartierului Marais, un loc sordid, o mahala în plin Paris, înainte de a face din el fieful înstăriților *cool*.

Arhitectură / putere

Într-un singur mandat, primarul Parisului, Jean Tiberi, a transformat al 5-lea arondisment al capitalei într-un oraş al apelor. Într-un spirit probabil Vichy, el a edificat un număr impresionant de fântâni, una mai urâtă decât cealaltă. Cea din piața Contrescarpe e un model al genului, după chipul perechii sale de la capătul străzii Mouffetard. Soclurile, gratiile, jeturile contribuie la ansamblul acestui naufragiu. Totul e sărăcăcios, pus de-a-ndoaselea, fără scară, fără talent. Această vulgaritate expusă cu pretenții, „oferită parizienilor", e menită să acopere, vai!, întregul spațiu public, care face obiectul unei agresiuni deliberate din partea edililor noştri. Bertrand Delanoë, succesorul său la Hôtel de Ville[1], doar a mai cârpăcit străzile şi bulevardele cu un sistematism militant, ca să-şi arate supunerea față de aliații săi ecologişti. Treizeci de mii de stâlpi de fontă au fost înfipți în trotuare pentru a împiedica maşinile să facă escală, atât de bine încât pe unele străduțe două maşini venind din sensuri opuse nu pot trece una pe lângă cealaltă. Când ajungi pe una din ele nu-ți mai rămâne decât să exclami vechiul refren: „La spânzurătoare cu tine!" Au înflorit „sectoarele 30", chipurile nişte „locuri civilizate" cu praguri de reducere a vitezei şi pavaje ca pe vremuri. Ne-am pierde vremea să mai descriem încă o dată absurditatea bulevardelor unde culoarele de autobuz au devenit capcane cu pietoni. Arhitectura şi designul sunt domenii unde vulgaritatea e la ea acasă. Poate ne mai amintim de anii '80 când puteai face escală la Nova Park, în triunghiul de aur, marea aglomerație de case cuprinsă între bulevardul Montaigne, strada François I şi bulevardul

1 *Sediul primăriei Parisului (n. red.).*

George al V-lea. În acest hotel de lux un apartament cu piscină la 4 500 de euro pe noapte (30 000 de franci pe atunci) făcea deliciile presei *people*. Națiunile petrolifere ale lumii arabe furnizau cea mai mare proporție din clientela palatului şi în fiecare seară se organiza pentru ea un mic spectacol. La cină o orchestră gen *rondo veneziano* cu peruci pudrate şi ținută Versailles cânta în surdină în timp ce videaştii îi imortalizau pe meseni în timp ce-şi înfulecau racii. Grație unui montaj special, filmul era apoi difuzat pe marele ecran aflat chiar în sala restaurantului. Fiecare putea aşadar să se vadă în mărime XXL. Momentul *nec plus ultra* era atins când o formulă brăzda unul sau două cadre: „În seara asta dumneavoastră sunteți starul." Proprietarul instituției ținuse morțiş ca mochetele, tapetele, fețele de masă şi prosoapelor de baie să se înscrie toate într-o nuanță purpurie, „o culoare psihologic vorbind sexuală".

La doi paşi de locul acela iată ridicate acum noile fațade ale hotelului restaurant Fouquet's. Nicolas Sarkozy l-a făcut să devină cum nu se poate mai *trendy* sărbătorindu-şi aici alegerea supremă la data de 6 mai 2006. Arhitectul édouard François, cel care a condus până la capăt lucrările de transformare a diferitelor imobile, reunindu-le într-o singură entitate, a venit cu ideea de a ridica două turnuri de legătură cenuşii ca donjoanele cetăților de jucărie, ca şi cum ar alcătui o singură entitate. Vulgaritatea asumată a procedeului constă în aceea că a fotocopiat fațada Champs-élysées-ului pentru a o reproduce la o scară mărită cu o treime. A rezultat o arhitectură umflată, obeză, aproximativă afişată ca o parodie a patrimoniului, o copie vulgară[1]. Şi cum pe unii îi pune pe fugă, se poate spune după expresia unui alt

1 *Este vorba despre fațada hotelului Fouquet's Barriere din Paris (n. red.).*

arhitect, Rudy Ricciotti, că „arhitectura vulgară e chiar o extindere a generozității”. Dar nici acesta nu ezită niciodată să mai adauge ceva în registrul vulgar. Începând cu felul insistent în care afişează o figură de mafiot al Sudului provensal: un *total black look* de arhitect, firește, dar întărit cu atribute sulfuroase, regionaliste: țigară, ochi întunecați, Jaguar. Seducător, ce mai! Şi pe deasupra e şi proprietarul unei bărci cu motor, o vedetă *offshore* care devorează motorină, asta dând destul de prost. Trebuie să recunoaştem că, de la Aristotel Onassis, trecând pe la Bernard Tapie şi până la Nicolas Sarkozy, ambarcațiunile nu au trecere şi că au vocația de a suscita răzbunarea populară.

Tehnica reținută de către Édouard François e o extrapolare critică a ceea se numeşte convențional *fațadism*. Demersul lui caută să rezolve disputa clasicilor şi modernilor prin distrugerea unor porțiuni întregi de oraş, păstrând pe ici-colo vreo câteva fațade ținute în picioare cu proptele. Arhitectura se vede redusă astfel la expresia sa exterioară ca o femeie frumoasă redusă la machiaj. Procedeul poartă cu sine negarea arhitecturii fiindcă arta valorează mai mult prin stăpânirea spațiului decât prin tehnica ambalajului. Prin urmare acest tip de practică e vulgar fiindcă se poartă respectuos cu ceea ce aneantizează. Să te făleşti cu o legimitate pe care mai pe urmă o batjocoreşti înseamnă să fii la limita ei. Dictatori ca Fidel Castro, Robert Mugabe şi Hugo Chavez fac asta cu mult talent.

Atunci când primarul Parisului, Bertrand Delanoë, anunță că are de gând să ridice turnuri în capitală, el face dovada unei rare îndrăzneli. Numai că prin vocea arhitectului Yves Lyon, cel însărcinat să reflecteze asupra problemei, anunță de îndată că turnurile vor fi moderate! Ne-am dezumflat. Cam aşa arată arhitectura pe hârtie.

Este minciuna vulgară? Oare minte primarul Parisului sau e sincer atunci când jură că vrea ceva ce nu încurajează?

Fără capacitatea de a gândi oraşul în acord cu timpurile lui, ajungi să urmezi o politică de cârpire, adică de fațadism cultural. Aşa s-a petrecut cu bufoneria concursului de la Halles unde primăria Parisului a ales proiectul lui David Mangin făcând însă precizarea că nu-l va realiza. Ne dăm seama în felul acesta că lucrurile esențiale sunt utilizate din ce în ce mai des ca simple artificii. Un scenarist, autor al unei piese dramatice, a avut surpriza să-l audă pe producător spunându-i că va face din ea o comedie, fără să modifice povestea. „Nu vă faceți griji, o să pun o muzică foarte veselă." Cam acelaşi lucru şi-a imaginat şi primarul Bertrand Delanoë când a crezut oportun să anunțe că platitudinea posomorâtă a viitoarei grădini Halles va fi dinamizată cu artă contemporană.

Asta te face să te gândeşti la acei negustori de maşini care, la curent cu starea deplorabilă a motorului şi îngroziți de forma bolidului de care vor să se spele pe mâini, vă laudă cu fervoare scaunele cu husă şi țesătura lavabilă.

Din lipsă de fond se cultivă forma. Se acumulează, se îndeasă cu toptanul. Aşa au ajuns gardurile grădinii Luxembourg propteaua unei invazii de expoziții cu fotografii etnico-geografice. Câte submediocrități s-au perindat până la primul succes, cel al pozelor lui Yann Arthus-Bertrand? Nu putem afirma că senatorii au vocația vulgarității, dar în spatele dorinței lor de a restitui poporului gardurile şi de a-şi populariza imaginea de piticanii îndesate e multă manipulare. Şi piața Vendôme a avut onoarea de a fi gazda unor orori. Aici mai multe instalații artistice au slujit drept vomitiv. Priviți la operele sculptorului Streubel „scufundate în bronz", o expresie care rezumă de minune colecția lui de fecale gigantice. Vai de oraşul Bruxelles, cel care a suportat asalturile acestui

fanatic al supergreului! După boala aglomerației din Bruxelles, care a fost pentru Belgia ceva similar cu sfâşierea sistematică a reţelei urbane a Parisului, iată oraşul îngrăşându-se cu soclu după soclu. Se pare că e o maladie destul de răspândită fiindcă şi Moscova suferă de „dărnicia" unui sculptor: pisălogul Zurab Țereteli, un superstar în propria țară, amic cu cei mai tari (adică Vladimir Putin şi Iuri Lujkov, primarul Moscovei), care a făcut „cadou" oraşului său o abominabilă corabie de pirați ivită din senin în preajma Kremlinului. Acest artist şmecher care se foloseşte de metoda dăruirii monştrilor săi, cu obligația ca fericiții pricopsiți să dea bani pentru fabricarea lor, a ajuns să ofere până şi oraşului breton Ploërmel o statuie a papei, spre marea nemulțumire a locuitorilor săi. Vulgaritatea celui care nu dă înapoi în nici o situație e o lecție pentru firmele de evacuare.

Arta a pulverizat noțiunea de limită. Astăzi pisoarul lui Duchamp şi cutiile de *Campbell's Soup* ale lui Andy Warhol sunt, dacă putem spune aşa, expresii rafinate. Azi urâțenia magnum şi vulgaritatea au făcut corp comun. Să ne amintim de statuile uriaşului Moussa şi ale tovarăşilor săi cărate la Paris la deschiderea Mondialului de fotbal din 1998. Şi acum lumea mai râde de ele.

Bietul orăşel Troyes, care şi-a făcut o reputație din cârnații de porc, a sperat mult să rivalizeze cu oraşele şampaniei, până când a simțit pe pielea sa ce înseamnă o arhitectură ca nuca în perete. Şi-a ridicat o mediatecă de un modernism exemplar, a cărei vedere e ştirbită însă de dosul unei parcări McDonald's integrate într-o clădire pseudo-Vendôme făcută parcă pentru pitici. Aşa văd lumea cei care vor să pună cărțile şi cunoaşterea în hangare (ce-i drept, sunt remarcabile şi sunt marca arhitecților Lyon şi du Besset) şi *steak*-urile feliate mărunt în cârciuma de provincie. Vulgaritatea îşi cere drepturile

prin inversarea, sucirea valorilor. Se proslăveşte fast-food-ul şi se dă la o parte ceea ce e cultură.

Ce să mai spunem de memorialul de la Alsace-Moselle, dedicat omagierii dramei celor înrolaţi fără de voie în armata germană, dar care se prezintă ca un ghiveci, un Walt Disney al nazismului? Un dezmăţ de steaguri cu svastică transformă acest loc al memoriei într-o bodegă gay. Pe lângă faptul că a fost ridicat la Schirmek în faţa lagărului de concentrare Struthof, ceea ce ridică deja o problemă, se mai vrea pe deasupra şi festiv, atractiv. Doar trebuie să atragă tinerii! O concurenţă derizorie cu micul ecran, de fapt un ecran peste memorie. Într-un ungher al acestui spectacol se difuzează un film care aminteşte că în 1953 a avut loc procesul alsacienilor complici ai diviziei Das Reich. În vremea aceea, întreaga Alsacie fusese chemată la grevă în semn de solidaritate faţă de copiii săi pierduţi. Când l-am felicitat pe arhitectul François Seigneur pentru locul consacrat acestui document excepţional, a răspuns: „Da, e un filmuleţ destul de simpatic!”

Vulgaritatea se acordă de minune cu amnezia. Trecutul? Mă doare la bască! La Moscova, oraş revizionist, pickhammerele şi buldozerele îşi dau toată silinţa să reducă la mormane de moloz tot ce a putut înălţa constructivismul rus. Tot ce aminteşte de colectivul proletar trebuie să fie aneantizat. E de înţeles, numai că e neliniştitoare această furie de a răzui tot ce poartă marca unei perioade istorice până mai ieri ridicată-n slăvi. Cluburile muncitoreşti ale arhitectului Melnikov au fost denaturate sau abandonate, iar marele hotel Moskva care închidea piaţa Manejului a fost pus la pământ. În timpul masacrului s-au înmulţit fără oprelişti nostalgii ţariste protejate cu sârmă ghimpată şi patiserii high-tech. Pandantul acestei furii revanşarde e spectacolul băieţilor de băieţi care îşi dau în stambă. În fiecare seară, şi la

sfârşit de săptămână şi mai mult, mulțimile de biletari se revarsă prin lounge-baruri. Bărbații au cap de bodyguard, iar femeile zăngănesc din toate bijuteriile păşind în pantofiori-panteră mozoliți de zăpadă. Pierderea memoriei e o catastrofă, iar atunci când e asumată este la fel de vulgară ca elogiul unui escroc.

Imprimeul-panteră e o țesătură destul de utilă: poate lua alternativ virtuți burgheze sau de curvă. Imortalizată în panteră stând în decapotabila sa, Françoise Sagan aduce cu o făptură pe jumătate prostituată, jumătate tigresă. Pantera are o folosire interşanjabilă: se îmbracă sau se dezbracă. Olivier Sayard, director de modă la *Arts décoratifs*, afirmă că: „Probabil o tipă burgheză care poartă bluză-panteră vrea să fie mai vulgară şi mai sexoasă. Vulgaritatea stă la pândă, gata-gata oricând să sară. Chantal Thomas a lansat la Pigalle lenjerie de prostituată ducând la extrem atitudinea Chanel care îndrăznise să pună jerseul, haină de muncitor, pe umerii femeilor burgheze. Imprimeul-panteră oferă gustului burghez un plus de bestialitate, de aceea e apreciat de creatorii de modă. În aceeaşi manieră Jean-Paul Gaultier a folosit stofe cu dungi, până atunci apanaj al proxeneților marseillezi. Dar, incontestabil, culmea vulgarității feline e să te îmbraci în panteră second-hand. Asta dacă lăsăm deoparte taşismul aplicat direct pe piele, care trezeşte la propriu fiara din noi."

„La casa de modă Balenciaga, zice mai departe Olivier Sayard, Nicolas Ghesquière reia elemente populare pe care le retuşează: puloverele cu imprimeuri cap de câine, identice cu cele purtate de casierițe în supermarketuri, blănurile de iepure agățate la bicicletele cu motor, ecou al blănurilor de vulpe pe care le poartă cerşetorii din tablourile lui Bruegel." Veronique Leroy îi avea de partea

sa pe membrii „familiei" Deschiens [1] şi pe cei de la societatea caritabilă Emmaüs, iar un Jean-Paul Gaultier făcea apel la acordeonista Yvette Horner. La polul opus acestora stau fetişiştii latexului, iubitorii de epidermă adezivă care au valorizat vulgaritatea netezimii de moluscă: fotograful Helmut Newton, care ne prezintă doar sexul ras, izgonind granulosul. Helmut Newton şi Guy Bourdin care şi-au constituit un vocabular vizual vulgar unde estetizarea a devenit venală. La Guy Bourdin, o urmă de ruj de buze pe dinți ajunge o urmă de sânge, semnul vampirului. Fotografia adevărată ar trebui însă să flirteze cu vulgaritatea fără a o captura. E ca şi cum întotdeauna poza şi-ar înnobila obiectul. Aşa a reuşit Martin Parr să elogieze cultura populară britanică, ridicând cartofii fripți şi maioneza la rangul de heraldică a săracului. Dimpotrivă, vulgaritatea devine ceva sofisticat când începi să o linguşeşti.

MARII CREATORI DE MODĂ ŞTIU LUCRUL ĂSTA. PUTEM VEDEA CÂT DE MULT LE PLACE SĂ SE JOACE DE-A PIRAȚII, SĂ RIVALIZEZE ÎN ATITUDINI VESTIMENTARE ŞI PROVOCĂRI VERBALE. JOHN GALLIANO ŞI-A ŞLEFUIT UN LOOK DE BANDIT: FULAR, BARBUȚĂ, BOCANCI... O ȚINUTĂ DE ŞCHIOP FALS MĂSURÂND ÎNCOACE ŞI ÎNCOLO PODEAUA UNUI GALION EŞUAT LA TROPICE. PRESA A ÎNNEBUNIT DE PLĂCERE. DE FAPT, PIRAȚII DE GENUL LUI SUNT MAI DEGRABĂ NIŞTE CORSARI ANGAJAȚI DE INDUSTRIAŞI MAI BOGAȚI DECÂT O ȚARĂ ÎNTREAGĂ. SUNT OBLIGAȚI SĂ FIE PROPRIILE LOR CARICATURI, SUNT DEVORAȚI DE PROPRIILE PERSONAJE ŞI TREBUIE SĂ SE CONFORMEZE CU ACEASTĂ STARE, ALTFEL NAVELE PE CARE SUNT CĂPITANI LE-AR FI IMEDIAT SCUFUNDATE.

---

1 *Les Deschiens, serial de televiziune de mare audiență în Franța (n. red.).*

DE LA LAGERFELD, RYKIEL, ALAÏA, YAMAMOTO, PÂNĂ LA RIDICOLUL „MONSIEUR DE FURSAC”, TOȚI S-AU PREFĂCUT ÎN BENZI DESENATE. UN CHRISTIAN LACROIX ŞI-A PIERDUT ŞI IMPERIUL, ŞI CASA DE HAINE TOCMAI FIINDCĂ N-A VRUT SĂ JOACE PE VIAȚĂ ROLUL DE ARLESIANĂ A MODEI, DE CROITOR DE CORIDĂ. CU ACȚIONARII NU-I DE GLUMĂ. VULGARITATEA CREATORILOR DE MODĂ E MULT MAI REALĂ DECÂT IEŞIRILE LOR PREFĂCUTE. TOȚI AU UN AER DE ADOLESCENT IMBERB, CEVA DIN JEAN-MICHEL JARRE, ROMANTICUL RĂTĂCITOR PRIN SHOW-URI GRANDIOASE ŞI SUFOCANTE, ARTISTUL PE CARE PRODUCĂTORUL SĂU NU EZITA SĂ-L NUMEASCĂ „MARGINAL CU PRIZĂ LA MASE”. MARGINAL CU PRIZĂ LA MASE - IARĂŞI UN OXIMORON - IATĂ REȚETA SUCCESULUI DE AZI, POEZIA LA ÎNDEMÂNA ORICĂRUI NEPRICOPSIT. „VREAU UTOPII CONCRETE” PROCLAMĂ ARHITECTUL ROLAND CASTRO, VEŞNICUL CANDIDAT LA PREŞEDINȚIA REPUBLICII. ADICĂ VREA TOTUL ŞI NIMIC, VREA CONFUZIA, ULTIMUL RĂCNET AL VULGARITĂȚII. FOURIER, CARE VOIA SĂ RIDICE FALANSTERE[1] ŞI UTOPII PE PĂMÂNT, E MIC COPIL. „DA, ŞTIU, AR PUTEA ZICE TOȚI ACEŞTIA, NU ÎNSEAMNĂ NIMIC. ŞI CARE-I TREABA TA? ...IA MAI DU-TE DRACULUI!” IATĂ MESAJUL FINAL.

MAI BINE SĂ RÂDEM DE EI. VULGARITATEA E ÎNSOȚITOAREA FIDELĂ A RÂSULUI. ÎŞI ȚIN HANGUL, SE HRĂNESC RECIPROC. FIGURA DE PĂCĂLICI A FOTOGRAFULUI GILLES JACOB ÎL AJUTĂ MEREU SĂ IASĂ TEAFĂR DUPĂ CE A CĂLCAT ÎN STRĂCHINI. ÎMBARCAT PE UN IAHT (ÎNCĂ UNUL) CU PRINȚUL ALBERT DE MONACO ŞI SIMȚIND AERUL RĂCOROS ŞI-A

1 *Asociație de producție şi consum imaginată de socialistul utopic francez Charles Fourier, bazată îndeosebi pe îndeletniciri agricole (n. red.).*

PERMIS SĂ SPUNĂ: „DOMNUU', DA' CAM MUŞCĂ!" CEEA CE AR FI MERITAT MĂCAR O CHELFĂNEALĂ BUNĂ. DAR ASTA N-A FOST TOT, FIINDCĂ A ADĂUGAT: „OARE FAMILIA GRIMALDI ESTE DE ORIGINE BASCĂ? - NU, DE CE? - PĂI, ALBERT E BASC." OARE E VULGAR?

De-a lungul campaniilor de promovare a propriilor spectacole, Jean-Marie Bigard măreşte cu bună ştiinţă doza de vulgaritate a afişelor: un pletos ascuns în spatele unui sex feminin gigant, apoi un creier strecurat într-un slip de femeie - o alianţă între fructul oprit şi gândire, de fapt o mostră de misoginie unde vulgaritatea are un rol indiscutabil. Fie că le accepţi, fie că îţi provoacă greaţa, afişele lui te lovesc în moalele capului. Nimeni nu scapă. Bigard ştie ce face. Actorul principal al spectacolelor lui e sexualitatea. Când îi pune pe bărbaţi şi femei să cânte separat, când face concurenţă între sexe, publicul său se tăvăleşte pe jos. Vulgaritatea e o curvă care se culcă cu toată lumea. În filmul *Comme la lune* a lui Joël Séria (1976), Jean-Pierre Marielle îşi plasează un agent de vânzări pe culmea vulgarităţii. Când amanta lui, fiica măcelarului din oraş (Sophie Daumier), îi oferă un capot roşu, acesta exclamă mirat în faţa oglinzii: „O! Mişto că ai luat roşu! Deja m-am înfierbântat!" Maşina lui, un GS cu volan îmbrăcat în blană, era prin ea însăşi o partidă de sex. Un CX perfect. Totul e sublim. Anii '70 sunt cu noi. Un tinerel i-a oferit fetei după care tânjea un tanga şi un salam. Ea a apreciat foarte mult gestul: „De atunci suntem împreună." Practica pare a fi destul de răspândită: iată, de exemplu, pe un altul oferindu-i prietenei lui o ceaşcă pe fundul căreia o tipă desface picioarele. „Sincer, tânăr, fresh." Dar cine ştie, poate ar trebui să admitem că vulgaritatea este o formă de protecţie, o formă de politeţe, o manieră de a ţine la distanţă, de a-şi ascunde ruşinea? O faţadă? O brutalitate născută din jenă? Căci tinerii se tem de emoţii, disprețuiesc romantismul la fel cum îl

disprețuiesc pe intelectual şi tot ce percep drept inaccesibil. Intelectualul îi exasperează atât pe ignoranții de sus, cât şi pe cei de jos, pe toți inculții. Ştie prea mult şi e incomprehensibil. Vorbeşte în jargon. E o țintă pentru caricaturişti. Se ştie că cea mai bună apărare e atacul, prin urmare să facem loc salamului. Oricât am vrea să credem asta, există un lucru care poate fi confirmat de toți profesorii: între preadolescenți, prin telefoanele mobile circulă ceva de o cruzime cu greu imaginabilă de către părinți. Filmele *trash* ultraporno sunt monedă curentă, cu mult mai răspândite decât violența.

Adulții şi-au înlăturat propriile inhibiții plonjând cu un deliciu susținut de mass-media în voga jucăriilor erotice. Spoită cu pseudorevendicarea libertății sexuale, moda joacă totul, să recunoaştem, pe cartea *sex*. Stilul bling-bling e la modă. Tot ce atârnă e binevenit: chei la centură tip paznic un pic gay „Village People", mobil la şold gen agent de vânzări ca substitut al coltului, fie în versiune feminină sau gangsta rap sau, mai bine, plasat în decolteu ca să vibreze între sâni, ori chiar mai jos, în buzunar, întocmai ca o jucărie erotică. Şi rozul îmblănit: după câteva colecții, Nathalie Rikyel s-a văzut propulsată marea preoteasă a cultului popoului, a budoarului pentru „înalta" clasă.

Jucăria erotică e ca o maşinuță. Un mod de a zburdălnici în vulgaritate e infantilizarea. Copilul are toate drepturile. Prin urmare să regresăm! Universul capătă deodată culori țipătoare ieşite din borcanele de vopsea: roz şi albastru-închis. E cool, e haios. Trăiască ecologia buble-gum! Între coapsa rozalie a nimfei şi violetul pliurilor tainice să atârnăm toate jucăriile sexuale!Ceva auzit la Fécamp în fața unei tonete de înghețată şi gaufre, unde copiii încercau să se aşeze în fața adulților: „Am zis o dată pentru totdeauna: țâncii la coadă ca toată lumea!"

Când arhitectul Frank Gehry, viitorul proiectant al fundației Guggenheim din Bilbao, a avut de desenat un chioşc pentru hamburgeri, i-a dat în final forma unui... hamburger gigant. El se plasează astfel pe linia artistului Claes Oldenburg care ridica la nesfârşit cârlige de rufe şi ciocane de talie monumentală. Pentru această clădire mică, Frank Gehry a primit o suită întreagă de comentarii dure rezumate de următoarea reflecție acidă: „Ce bucurie că nu era vorba de un magazin de prezervative!"[1]

Măiestria cu care reclamele fac uz de moda *trash* confirmă cât de utilă e vulgaritatea. E un instrument care se adresează tuturor, care trece dincolo de toate barierele sociale. Vulgaritatea e cu autoservire şi pe gratis, ca aerul, aşa că serviți-vă! Frédéric Beigbeder, creatorul campaniei Wonderbra, a şi demonstrat-o. O Eva Herzigova, vampă cu sânii explozivi, fixa ținta, adică pe noi, cu fața şi gura subliniate de un imperativ sado-masochist: „Priviți-mă în ochi! În ochi am zis!" Am putea cita tot din Wonderbra: *I can't cook but who cares*. De altfel, campania a jucat fără jenă pe cartea sexismului cu dublu tăiş: o femeie trebuie să ştie să gătească şi să facă sex. Un bărbat s-ar putea

---

1 *Două glume evreieşti ilustrează această polemică. Un tip caută cu disperare un rabin care să-l circumcidă pe fiul său nou-născut. I se semnalează unul pe strada Jaffa, la numărul 134. Aleargă într-acolo, dar la adresa aceea se afla o ceasornicărie. Mai verifică adresa, ezită şi în disperare de cauză intră pe uşa magazinului. „– Scuzați-mă, zice, caut un domn care face circumcizii.", „– Aici este, îi răspunde tipul de după tejghea.", „– Aici? Dar ce-i cu toate ceasurile din vitrină?", „– Asta-i bună! Dar ce-ați fi vrut să punem în ea?" De aici vine şi al doilea banc: Un tip intră într-un magazin de cravate. „– Bună ziua! Aş vrea să cumpăr cravata aceea roşie cu picățele albe.", „– Nu-i de vânzare.", „– Aaa... nu? Bine, atunci pe aceea albastră cu steluțe.", „– Nici aia nu-i de vânzare.", „– Bine, dar...", „– Aici nu vindem cravate.", „– Cum nu vindeți cravate? Dar ce-i aici?", „– Aici e ceasornicărie.", „– Bine, dar ce-i cu toate cravatele astea din vitrină?", „– Şi care-i problema? Ştiți bine ce-ar fi zis lumea dacă puneam ceasuri!"*

dispensa mult mai uşor de prima calitate decât de a doua. Şi alte reclame uzează de aceleaşi resorturi: Sloggy cu femeile sale în chiloți agățate de barele de striptease, Weston şi cizma care apasă pe trupul unei femei goale. Iată ceva ce poate să trezească furia asociațiilor feministe, cum de altfel s-a şi întâmplat. „Vulgaritatea permite batjocorirea imaginii cerute femeilor", spune Mercedes Erra, preşedintele mondial al agenției publicitare Euro-RSCG. Şi adaugă cu o franchețe destul de dezarmantă: „Eu nu am nimic de manechin şi totuşi îmi pun short sau fustă mini şi ştiu ce crede lumea despre mine."

Nuditatea e la ea acasă în publicitate. O femeie goală şi o poşetă, o femeie goală cu un ceas, o femeie goală şi o maşină sau un avion. Adriana Karembeu poate fi regăsită în portjartier pe fuzelajul unui avion de mărfuri al companiei low-cost Sky Europe, având în plus pe furou sloganurile: „Stilul nu e o chestiune de bani" şi „Sky Europe, prima companie aeriană la modă." Aici e marea putere a vulgarității: e accesibilă oricui fiindcă e motorul plăcerii. Pentru unii giganți ai luxului, femeia din reclamă trebuie întotdeauna să stea în patru labe. Prin urmare putem identifica mesajul. Frumoasa şi bestia plus accesoriul. Dior a recurs sistematic la imagini *trash* din registrul provocării. Provocarea însă nu e gratis, ci destul de costisitoare. Carnea la standard 90, 60, 90 de obicei e scumpă.

ÎN ANII '70, PUBLICITATEA REXONA UMPLUSE ECRANELE CU: „NASUL ÎMI ZICE CĂ E ORA CINCI." O TEHNICĂ SALVATOARE E SĂ COMBAȚI VULGARITATEA CU VULGARITATE. TREBUIE, DACĂ N-AI ÎNCOTRO!

„Să dai comenzi înseamnă să priveşti în ochi când vorbeşti" zicea Napoleon. Imaginea transportă vulgaritatea cu viteza luminii. Flash-ul vulgar e imparabil.

Revista satirică *Charlie Hebdo*, reprezentativă pentru vulgaritatea deşucheată a stângii, e lipsită de ambiguitate.

Ținta e anunțată de la bun început, la fel ca în benzile desenate ale lui Reiser, Willem ori Villemin, unde vulgaritatea umple toate bulele. Crumb, un papă al contraculturii până mai ieri, a schițat aici non-stop femei obeze şi orgii. Se poate întâmpla ca vulgaritatea asumată să devină elegantă. Înşelătoria este cea care desfigurează.

Spectacolul lui Laurent Gerra, *Laurent Gerra flingue la telé*, comportă anumite părți vulgare pe față. Când un pseudo-Léon Zitrone descrie o escapadă princiară la Curtea Angliei în stilul unui derby hipic: „Iar acum măritata cu pălăriuță şi cu tanga vărgat...", nu se neglijează nimic din detaliile ginecologice. Dar e trecut cu vederea fiindcă, aşa cum remarca şi Olivier Mongin în lucrarea lui despre râs[1], tensiunea scenă-sală e de factură democratică. Dacă sala nu râde, comediantul a încurcat-o, fiindcă spectatorii din fața actorului trebuie luați în serios. Acelaşi scheci însă, difuzat la TV, cade de îndată în vulgaritate fiindcă se impune spectatorului fără să-i lase posibilitatea de a-şi exprima adeziunea sau aversiunea față de autor. În vulgaritate sunt în joc democrația şi noțiunea de limită în aceeaşi măsură. Să o treci cu forța înseamnă să violezi intimitatea publicului, să-l constrângi, să-l forțezi, să-l calci în picioare.

1 *Olivier Mongin, Éclats de rire. Variation sur le corps comique, essai sur les passions démocratiques III, Seuil, Paris, 2002.*

Concluzie

Libertate, egalitate, vulgaritate

Fiecare dintre noi crede că într-un moment sau altul e cazul să-l eticheteze drept „vulgar" pe vecinul de masă, pe Spice Girls sau pe Nicolas Sarkozy, fiindcă e o judecată care ne e, fără-ndoială, utilă. De ce? Pentru că fiecare dintre noi are o nevoie recurentă de a se distinge de alții. Bogatul şi săracul au acelaşi scuipat, nici portretele lor împroşcate nu sunt altfel. Prin urmare, fie că doar constatăm vulgaritatea, fie că o denunțăm, tocmai existența principiului vulgarității îi permite fiecăruia să-şi deseneze conturul, să se distingă de alții fără a şti prea mult nici de ce nici prin ce. A spune: cutare sau cutare e vulgar înseamnă mai întâi să afirmi că tu eşti mai puțin aşa, adică nu eşti deloc. E încă manieră de a proiecta, de a respinge la celălalt ceea ce te temi că eşti. Trebuie să găsesc un duşman ca să exist, ca să mă „purific". Vulgarul stă în raza privirii. Printr-un efect de oglindă, el poartă, de fapt, o judecată asupra propriului sine. „Eu, cel care vă vorbeşte, eu nu sunt ca ăla, atât de vulgar." Prin urmare nu exagerăm nicidecum importanța vulgarității. Într-o societate lipsită de repere care îşi învălmăşeşte codurile şi ierarhiile, fiecare încearcă să scape de angoasa masei atribuindu-şi un loc, fiecare caută să se plaseze în curentul sau mocirla opiniei. Vulgaritatea te ajută fiindcă e un soi de limită, un hotar, un zid peste care sari sau în fața căruia te dai înapoi. Aşadar nici o clipă fără securea ascuțită a judecății! Cutare tipă e într-o minijupă de blugi ruptă? Vulgar! Cutare individ îşi mănâncă sandviciul cu gura deschisă? Vulgar! Nu ştiu care afacerişti în costume *trois*-pieîces se târguiesc la nota de plată şi se uită cu

coada ochiului la chelneriță? Vulgar! Alții care fac paradă în fața camerelor de filmat? Vulgar la culme! Încercați să întrebați pe cutare sau pe cutare ce înțeleg ei prin vulgar. Le va fi greu să vă spună, dar n-are importanță, pentru că vulgaritatea înseamnă mai întâi să iei distanță, să fii tu însuți vulgar sau să-l acuzi pe altul de asta. Punere la distanță, luare de distanță, respect al limitelor, acțiune profilactică... Paradoxal, în sensul acesta vulgaritatea e şi o formă de politețe.

ÎN ORICE CAZ, TOATE PROCESELE IDENTITARE SE BAZEAZĂ PE RUPTURĂ. TREBUIE SĂ TE COMPARI ŞI SĂ TE SEPARI. UNIREA CÂTORVA SE ÎNDEPLINEŞTE ÎN SENSUL EXCLUDERII ALTORA. SEMNALIZAREA SAU CĂUTAREA VULGARITĂȚII E PRIN URMARE O ARMĂ CU DUBLU TĂIŞ. EA AUTORIZEAZĂ PE FIECARE SĂ SE ÎNCHIPUIE LA O PARTE ŞI, ADESEA, MAI PRESUS DE CEILALȚI, CEI LUAȚI ÎN VIZOR. EA EXPRIMĂ ÎN FELUL ACESTA O PULSIUNE DE RESPINGERE. UTILITATEA CONSTĂ CHIAR ÎN ACEASTĂ DEFINIRE DE SINE ÎN DETRIMENTUL ALTUIA. PRIN EXCESUL ŞI REAUA SA CREDINȚĂ, EA E ÎNTOTDEAUNA LA LIMITA RASISMULUI, A XENOFOBIEI, SEXISMULUI, A PUNERII SUB NAS A SENTIMENTELOR, COMPLEXELOR DE SUPERIORITATE PRECUM ŞI A FRICII.

Să ne mai gândim şi că prăbuşirea valorilor de stânga a antrenat naufragiul popularului. Din lipsă de *proletari*, de restaurante muncitoreşti, de haine de serviciu, zeflemea de meşter, tărtăcuțe de gestionar agricol, a trebuit să găsim un substitut: masele vulgare. Erzaț al popularului, vulgarul umple un vid. Odinioară disprețuiam şi respingeam o persoană din „clasa de jos" din cauză că se tragea din „popor" şi din „săraci". Azi aşa ceva se petrece de obicei fiindcă o considerăm vulgară. Pe atunci o țineai la distanță strâmbând din nas ori întorcând privirea. Jegul duhnea. Astăzi e sclipitor. Vechile reflexe de burghez ieşite

din Evul Mediu, distincția egală cu discreția, sunt încă ancorate foarte adânc în noi. Reflexul e pavlovian. Reticența elitelor față de vulgarizarea culturală, un instrument de diluare a cunoașterii, naște ranchiuna și ostracizarea. Tipesa de azi cu ștrasuri și tatuaj pe bazin e pentru ei vulgară, pe când scutul cu blazon de pe timpuri era altă treabă! Și totuși chiar *Divina Comedie* a lui Dante a consacrat limba vulgară (adică italiana), deschizând calea Evului Mediu către era modernă. Prin urmare, vulgaritatea e un pragmatism total lipsit de iluzii în vreme ce noi afișăm sau denunțăm ceva ce a dispărut, dorind în fond să fie permanent. Lumea nu mai e codificată sau mai precis codurile se preschimbă cu viteza luminii. Argou, grafitti, tribalism, jargon tehnic... Turmele sociale se amestecă. Iar asta ne displace. Mulțimile populare uriașe, unde negro-alb-arabii sar împreună pe capotele mașinilor, au viață scurtă. Într-o lume flexibilă nu servește la nimic să stai drept, numai că atunci când pământul îți fuge de sub picioare, când moravurile te înlănțuie de alții și te oprimă, e de bun augur să le respingi. Un pogo cu punkerii? Nu, mersi. O bericică după meci? Nu, mersi. O șampanie la Fouquet's? Nu, mersi! Falșii prieteni, grăsuța cu haine din lamé mulate și top-modelul rău de gură și cochet se disprețuiesc în egală măsură.

AICI INTERVINE AL DOILEA PUNCT DE INTERES AL PRINCIPIULUI VULGARITĂȚII: EL AUTORIZEAZĂ STABILIREA DE COEZIUNI UMANE ATÂT LA MAI RĂU, CÂT ȘI LA MAI BINE. CĂCI DACĂ LA ÎNTREBAREA PRIVITOARE LA CEEA CE NE APROPIE MAI MULT PE UNII DE ALȚII INVOCĂM ÎN PRIMUL RÂND GUSTURILE COMUNE: PASIUNEA PENTRU CINEMA, PENTRU MUZICA TEHNO, PENTRU DISCUȚII POLITICE SAU BUCĂTĂRIA CHINEZĂ, TOTUȘI AR FI MAI AVANTAJOS DACĂ AM FACE MAI ÎNTÂI O LISTĂ CU CEEA CE DETESTĂM. AVERSIUNILE ÎMPĂRTĂȘITE NASC PRIETENII: PICTURA

LUI JOUY, FILMELE LUI BERGMAN, ARNAUD MONTEBOURG, ALAIN JUPPÉ, ISLAMUL SAU SECTA MOON. CÂTE SENTIMENTE DE URĂ N-AM PUTEA AȚÂȚA ÎMPREUNĂ!

Interesul moral al vulgarității e că îți permite şi să te porți „rău" față de codurile în vigoare afirmate ori implicite, să fii rebel în oarecare măsură, inclusiv față de cei rebeli cu forța. Să judeci, să condamni, să deteşti într-o lume care glorifică respectul opiniilor, al tuturor pozițiilor, care se sprijină pe pseudoegalitatea oricui şi a orice - iată ceva ce te revigorează. Să nu fim atât de naivi încât să nu vedem că societatea îşi pofteşte afară elitele, moştenitorii, chiar dacă aceştia mai strâmbă din nas. Îți poți oferi aşadar măcar plăcerea de a face scandal împotriva consensului egalitar, acest ecran de fum aruncat peste disparitățile sociale. Atunci da: a spune despre cutare că „e vulgar, e vulgară" înseamnă să îndrăzneşti să aperi valori, să privilegiezi un fel de a se comporta mai degrabă decât altul şi săl consideri pe acest altul detestabil şi vătămător. Avem aici o viziune pozitivă asupra principiului vulgarității, care caută în neplăcuta presiune a „vulgarocraților" o frână împotriva conformismului, deşi trebuie să recunoaştem că toată lumea se foloseşte de vulgaritate şi-şi găseşte în ea desfătarea. Şi chiar dacă puterea politică de azi ar fi peste măsură de „aproape de oameni", vom putea găsi în vulgaritate o formă de condamnare a ipocriziei tradiționale care vrea să mascheze averile şi clanurile. Să îndrăznim atunci formula: „Mă doare undeva că e vulgar!" E decontractantă, libertară… deşi anxiogenă. Însă dacă libertatea de gândire trebuie să implice o relaxare, atunci ne cuprinde o oarecare nelinişte, ca odinioară pe Germaine de Staël. Totuşi anihilarea vecinului nu e chiar trăsătura vieții sociale?

Să tragem linie. A scrie despre vulgaritate înseamnă a voi să dai cuvântul tuturor celor care nu îndrăznesc să-l ia

de teama de a nu fi taxați drept vulgari. Înseamnă să accepți să duci în spate un subiect care te-mpovărează, ca orice trudă care îşi umbreşte aureola cu sudoare, să treci drept proletar.

Vulgaritatea înseamnă îndrăzneală, bravadă. „Vulgaritatea, spune o tânără elegantă, e necesară ca piperul pentru stridii şi lămâia pentru scoici…", după care adaugă: „Orice fată trebuie să învețe să faci pipi între maşini." Adică vulgaritatea e o nevoie naturală. Să spunem răspicat: vulgaritatea e utilă pasiunilor democratice. Ea permite tuturor să se afirme, să se manifeste, să facă proastă impresie, iar adesea să calce în strâchini. Ba chiar putem mânui vulgaritatea pentru a o combate mai uşor, aşa cum odinioară se agita drapelul roşu în China lui Mao pentru a combate drapelul roşu. Vulgaritatea e simultan o cârpă şi-un drapel.

Patru definiţii

Vulgar, adjectiv şi substantiv (< lat. *vulgaris* şi *vulgus*):

1. Din secolul al XIV-lea până în cel de-al XIX-lea desemnează ceea ce se află în uzanța generală a societății, ceea ce nu se distinge cu nimic, obişnuitul. *Vulgarul* este omul de rând.

2. Din secolul al XIX-lea *vulgarul* califică obişnuitul şi lipsa de delicatețe şi de elevație.

3. Astăzi sensul e peiorativ, iar adjectivul a deposedat substantivul. Trebuie să fii snob ca să vorbeşti despre *vulgar* desemnând individualitatea.

Vulgaritate, substantiv (< lat. *vulgaritas*):

1. Mulțimea (1495).

2. În secolul al XVI-lea, când e folosit la plural (vulgaritățile), semnifică lucruri triviale, prozaice.

3. Apoi dispare din dicționare până în 1795/1800. Desemnează atunci absența distincției şi a delicateții. Începând cu 1853 sensul peiorativ se extinde neîncetat şi se menține şi astăzi. În secolul XXI e mai puțin obişnuit să se vorbească despre vulgaritățile acestei lumi (se preferă termenul trivialități), ci mai degrabă despre vulgaritatea lucrurilor, a oamenilor, a situațiilor.

Popular, adjectiv (< lat. *popularis*, apoi de la *populeir*, secolul al XII-lea): Care aparține poporului, propriu poporului, se adresează poporului, vine din popor, îi place. *Popularul* se referă la popor.

Limită, substantiv (< lat. *limes*) datat din 1335: linie care separă două terenuri sau teritorii vecine, parte

extremă unde se termină o întindere, capăt extrem al unui spațiu de timp, punct care nu trebuie depăşit, posibilități extreme (atunci când e folosit la plural). *A fi la limită*: cu greu acceptabil. Ființele *border line* atrag şi neliniştesc.

Test - Sunteţi sau nu vulgar?

Calculaţi-vă gradul de vulgaritate.

Răspundeți cu sinceritate:
1) Vulgar?
a. Da, te crezi destul de vulgar.
b. Nu, dar, într-adevăr, visezi să fii vulgar.
c. Nu, dar alții te consideră vulgar.
2) Pentru tine, Coasta de Azur:
a. E vulgară.
b. Nu e vulgară.
c. Nu mai e vulgară.
3) Culmea vulgarității este:
a. O maşină germană cu claxon italian.
b. O maşină italiană cu o femeie la volan.
c. O maşină engleză înmatriculată în '93.
4) Pentru tine, o bijuterie veritabilă e neapărat:
a. Din argint.
b. Din aur.
c. Cu diamante.
5) Ceasul tău e:
a. Un Swatch din aluminiu imitație Rolex.
b. Un Rolex fals made in China.
c. Un Chanel J12 cu brățară de titan albă.
6) Îți punctezi propozițiile cu:
a. Nu-i aşa?
b. E clar.
c. Curvo!
7) În concediu:
a. Te instalezi la amicii de la Ramatuelle.
b. Campați pe coasta Azay-le-Rideau.
c. Te întorci la cabana ta de la Gstaad.
8) Felul tău de mâncare preferat este:
a. Pizza.

b. Cuşcuş.
c. Cap de viţel.
9) Garnitura ta preferată este:
a. Fasolea păstăi.
b. O fetiță nu foarte sălbatică.
c. Pernuțe din latex.
10) Visezi să te căsătoreşti în:
a. Limuzină stretch.
b. Elicopter.
c. 2CV.
11) Dacă îți cade părul:
a. Te razi bec gen Barthez.
b. Îți faci implanturi.
c. Treci la epilarea cu laser a capului şi trupului.
12) Nota de plată e pe masă:
a. Plăteşti ca să termini mai repede.
b. Împărțiți nota fiindcă sexele au drepturi egale.
c. Îi spui să plătească datoria în natură mai târziu.
13) Porți fustă:
a. Mini.
b. Până la glezne.
c. Despicată până la gât.
14) Ai câştigat o Lada la festivalul berii:
a. O vinzi cât ai zice peşte.
b. O bagi într-un copac.
c. Îi tragi imediat nişte jante mari.
15) Gigoloul tău îți oferă, la alegere, săți umfli:
a. Sânii.
b. Fesele.
c. Sânii şi fesele.
16) Eşti un mare amator de plastic. Visezi la:
a. O păpuşă gonflabilă în sfârşit pe mărimea ta, dacă aşa ceva există.
b. Un salon retro ’60 Barbarella la periferia Faubourg-Saint-Antoine.

c. Să falimentezi jandarmeria din Corte.

17) Îți decorezi apartamentul:

a. Stil bar de noapte din Dubai.

b. Gen safari în Tanzania.

c. Salon Emmaüs.

18) În timpul unui prânz de afaceri pui:

a. Coatele pe masă.

b. Picioarele pe masă.

c. Testiculele pe masă.

19) Wallpaper-ul monitorului tău este:

a. Fotografia partenerei de sex.

b. Fotografia cățelului făcând sex.

c. Fotografia ta.

20) Când copiii tăi te calcă pe nervi:

a. Le aplici câte un Scream14.[1]

b. Îi iei la palme.

c. Chemi asistența socială.

21) În urma unor prânzuri de afaceri ai cam pus burtă:

a. Treci imediat pe blugi cu talie joasă ca să te simți mai în largul tău.

b. Sari direct la șprițuri.

c. Dai vina pe alimentele modificate genetic.

22) În sfârşit ți s-a propus să devii agent de vânzări în electrocasnice:

a. A picat bine, întotdeauna ți-au folosit jucăriile erotice.

b. A picat chiar foarte bine; chiar voiai să-ți schimbi robotul multifuncțional „colțunaşi-tarte-fursecuri".

c. Super! De când erai foarte mic ai visat să îți pârleşti degetele testând prăjitoare de pâine.

---

1 *Pantofi cu toc ascuțit din metal (n. red.).*

Rezultate:

1) A1, B3, C2
2) A2, B3, C1
3) A1, B3, C2
4) A1, B2, C3
5) A2, B1, C3
6) A3, B2, C1
7) A3, B1, C2
8) A2, B1, C3
9) A3, B2, C1
10) A3, B1, C2
11) A2, B1, C3
12) A2, B3, C1
13) A3, B1, C2
14) A3, B2, C1
15) A1, B3, C2
16) A2, B3, C1
17) A1, B2, C3
18) A2, B3, C1
19) A1, B2, C3
20) A2, B3, C1
21) A3, B1, C2
22) A1, B3, C2

Rezultatele testului şi comentarii

1) Ai de la 23 la 30 de puncte. Eşti la limita vulgarității.

Bineînțeles că te tentează vulgaritatea nudă. La fel cum odinioară te atrăgeau la nebunie călătoriile spre Indii, dâra de coca', tanga şi decapotabila… dar nu mai ai tupeul. Astea sunt şarmul şi şansa ta. Mai ai încă totul de descoperit. Şi la propriu, şi la figurat. Epoca îți surâde.

2) Ai de la 31 la 55 de puncte. Eşti vulgar.

Ei bine! Asta e! Eşti provocator, chiar un pic murdar. Mădoarencotist, tare şi deşucheat pe alocuri, adică îți asumi condiția umană. Nu putem decât să te felicităm. Vremurile actuale sunt de partea ta. Dacă o bandă de puşcăriaşi vrea săți ia pistolul, lasă-i. Du-te cu ei - vei deveni cunoscut! Cu siguranță n-o să vă plictisiți împreună...

3) Ai de la 56 la 66 de puncte. Eşti vulgarisim.

Ca să fim sinceri, e naşpa. Întinzi coarda şi sari calul cam mult. Apropiații se plâng, amicii s-au dus, iar ăia care au rămas, sincer vorbind, nu prea sunt crema. Adopți din greu atitudinea vulgară. Eşti dincolo de orice limită, nefrecventabil. Ar trebui să mai laşi sistemul să se răcească, altfel o să sari de pe fix.